



# Mobiiliteknologian hyödyntäminen yritysten hotellivaroauksissa

Roni Huttunen

Opinnäytetyö  
RHM17



<b>Tekijä tai tekijät</b> Roni Huttunen	<b>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi</b> RHM17
<b>Raportin nimi</b> Mobiiliteknologian hyödyntäminen yritysten hotellivarauksissa	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 48 + 4
<b>Opettajat tai ohjaajat</b> Tommi Immonen, Nina Ståhls	
<p>Mobiiliteknologian hyödyntäminen yritysten ja liikematkustajien hotellivarauksissa on toistaiseksi ollut melko vähäistä. Suurten yritysten hotellivaraaminen ja hotellivarausten ohjaaminen on keskittynyt lähinnä hotellivarausteknologiaa tarjoavien yritysten itsevarausjärjestelmiin ja matkatoimistojen tarjoamiin GDS - pohjaisiin itsevarausjärjestelmiin.</p> <p>Etenkin suurissa yrityksissä merkittävä osa hotellivarauksista tehdään hyväksytyjen kanavien ulkopuolella, soittamalla ja suoraan hotellien verkkosivuilta . Yritysten liikematkustukseen liittyvien majoitusten varaamiseen tarkoitettu mobiilisovellus on ollut markkinoilla jo pitkään, Hotelzon toi ensimmäisen version markkinoille jo vuonna 2006. Mobiilisovellusten kautta tehtyjä hotellivarauksia on kuitenkin tähän saakka ollut melko vähän. Samanaikaisesti majoitusala ja yritykset käyvät erittäin aktiivista ja varsin vilkasta keskustelua mobiilivaraamisesta, ja vallalla on mielipide joka uskoo mobiililaitteiden kautta tehtävien varausten nopeaan kasvuun myös liikematkustuksessa. Tämä opinnäytetyö selvittää yritysten todellisia näkemyksiä ja tarpeita mobiililaitteiden kautta tehtävistä hotellivarauksista, tuoden faktatietoa toimeksiantajayrityksen päätöksenteon tueksi. Tutkimuksen tulokset osoittavat että siirtyminen on käynnissä, ja kertoo myös että yritysten mobiilivaraamiselta vaatimat ominaisuudet ovat samat kuin ne joihin on totuttu desktopversioissa. Näitä ominaisuuksia ovat matkustuspolitiikan mukainen tarjonnan sekä varauskäyttämisen ohjaus ja priorisointi, yrityksen sopimushintojen varattavuus ja merkintä, yrityksen käyttämät maksutavat, varausten raportoituminen osaksi yrityksen kokonaisraportointia ja käytön helppous loppukäyttäjille.</p>	
<b>Asiasanat</b> Hotellivaraukset, mobiiliteknologia, liikematkustus, varauskanavat	

Hotel and restaurant Management

<b>Author</b> Roni Huttunen	<b>Group or year of entry</b> RHM17
<b>The title of thesis</b> Use of mobile technology for hotel bookings in corporate travel	<b>Number of pages and appendices</b> 48+4
<b>Supervisor(s)</b> Tommi Immonen, Nina Ståhls <p>The use of mobile booking channels in corporate travel has been quite modest to date, in spite of mobile booking solutions being available already since 2006.</p> <p>In general, large companies have strived to concentrate their business travel related hotel bookings to online self-booking tools provided by hotel distribution specialists or GDS based online booking tools provided by the company's travel management company (TMC). In practice, however, most companies have a varying, but typically fairly large amount of so called free-flow bookings, i.e. bookings made outside controlled and approved channels.</p> <p>The discussion regarding mobile hotel distribution and mobile bookings in corporate travel is intense, and the business travel community and hotel distribution professionals worldwide seem to agree that mobile channels are the single foremost category changing the hotel distribution landscape during the following three years. This thesis highlights some of the facts behind the mobile hotel booking discussion from a business travel perspective, uncovering the corporate travel professional's views on essential functions and features required of a mobile hotel booking channel, as well as readiness to move to mobile hotel bookings. The results of the survey confirm that corporates require the same level of functionality and features of a mobile channel that is customary in desktop versions. These include the ability to steer booking behavior according to the travel policy, to be able to book and flag corporate negotiated rates, to be able to incorporate mobile bookings into overall booking statistics and best of breed user friendliness are key issues.</p>	
<b>Key words</b> mobile hotel booking, business travel, booking technology, hotel distribution	

# Sisällys

1 Johdanto .....	2
2 Hotellivaraukset liikematkustuksessa.....	4
2.1 Hotelliohjelma ja sopimukset .....	4
2.2 Varauskanavat ja ohjaaminen .....	5
2.2.1 GDS – järjestelmät perinteisenä toimijana .....	5
2.2.2 Online- matkatoimistot (OTA) .....	6
2.2.3 Vaihtoehtoiset varausjärjestelmät (ADS, IDS) .....	6
2.2.4 Hotellivarauskanavan valinta .....	9
3 Mobiiliteknologia liikematkustuksessa .....	10
3.1 Mobiililaitteiden käyttö hotellivarauksissa.....	14
3.2 Palvelutarjonta ja muut alan toimijat .....	18
4 Hotelzonin varausratkaisut .....	21
4.1 Hotelzon Corporate Online.....	21
4.2 Hotelzon Mobile Client.....	23
4.3 Mobiilioptimoitu Hotelzon Corporate Online.....	24
5 Tutkimuksen toteutus ja tulokset.....	26
5.1 Tutkimusongelma.....	26
5.2 Tutkimuksen kohde .....	26
5.3 Tutkimusmenetelmä .....	26
5.4 Tutkimuksen tulokset .....	27
6 Pohdinta ja kehitysehdotukset.....	39
6.1 Sovellus vai mobiilioptimoitu versio varausjärjestelmästä? .....	39
6.2 Mobiilivaraamisen ominaisuudet ja toiminnot .....	41
6.3 Mobiilivaraamiseen siirtyminen yrityksissä .....	42
6.4 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi .....	44
Lähteet.....	45
7 Liite 1. Kyselylomake.....	49

# 1 Johdanto

Mobiiliteknologian hyödyntäminen yritysten ja liikematkustajien hotellivarauksissa on toistaiseksi ollut melko vähäistä. Suurten yritysten hotellivaraaminen ja hotellivarausten ohjaaminen on keskittynyt lähinnä hotellivarausteknologiaa tarjoavien yritysten itsevarausjärjestelmiin ja matkatoimistojen tarjoamiin GDS - pohjaisiin itsevarausjärjestelmiin. Useissa yrityksissä tehdään edelleen laajalti niin kutsuttuja offline-varauksia, joissa majoitus varataan matkatoimistosta tai hotellivaraamosta palveluna, joko soittamalla tai lähettämällä sähköpostia palveluntarjoajalle. Mainittujen varauskanavien lisäksi monessa yrityksessä vaihtelevan suuruinen osuus varauksista, joissain tapauksissa yli puolet, tehdään suoraan hotelleihin joko puhelimitse tai hotellin omien verkkosivujen kautta. Suoravaraukset ovat yrityksille ongelmallisia useista syistä. Suoravarausten kohdalla varausten kokonaismäärän seuranta ja raportointi hankaloituu kun tietoa on kerättävä eri lähteistä. Suoravaraukset eivät ole yrityksen ohjauksen ja matkustuspolitiikan piirissä samalla tavalla kuin kontrolloidussa, yrityksen hyväksymässä varauskanavassa. (Valorinta 2008).

Hotelzon tuo vuoden 2013 alkupuolella markkinoille päivitetyn version mobiilisovelluksestaan, Hotelzon Mobile Client 2.0:n. Tähän liittyen tässä työssä halutaan selvittää Hotelzonin asiakasyritysten linjauksia ja toivomuksia mobiilivarauksiin liittyen. Tutkimuksessa selvitetään asiakasyritysten prioriteetteja nykyisten ja uusien toiminnallisuuksien osalta, selvitetään yrityksen linjauksia laitteista ja sovelluksista sekä laitekannasta nyt ja lähitulevaisuudessa. Tutkimuksen avulla pyritään myös selvittämään, mitkä toiminnallisuudet ja turvallisuusasiat ovat yrityksille ratkaisevia laajemman mobiilisovelluksen käyttöönoton kannalta. Edelleen pyritään selvittämään millä edellytyksillä mobiilisovellus olisi ratkaisu yritysten ohivarausten saamiseksi nykyistä suuremmalla osuudella kontrolloidun kanavan piiriin.

Suomessa mobiiliteknologian hyödyntäminen yritysten hotellivarauksissa nousi ensimmäisiä kertoja esille helmikuussa 2006, kun Hotelzon International lanseerasi ensimmäisen älypuhelimille tarkoitetun mobiilisovelluksen. Hotelzon on hotellivarausteknologiaan ja hotellivarauspalveluihin erikoistunut yritys, joka tarjoaa

palveluja yrityksille, liikematkustajille, hotelleille ja matkatoimistoille. Hotelzonin varausjärjestelmä tarjoaa varaustoiminnallisuuden yli 144 000 hotelliin maailmanlaajuisesti. Hotelzon Finland Oy on osa suomalaisomisteista Hotelzon International -konsernia, jonka pääkonttori on Richmondissa, Lontoossa ja jolla on toimipisteet Helsingissä, Tukholmassa ja Hongkongissa.

Hotelzon on perustettu vuonna 1972, alun perin nimellä Hotel Marketing. Hotelzon on vuosien varrella kehittynyt palveluyrityksestä liikematkustukseen tarkoitettujen IT-ratkaisujen toimittajaksi. Toiminta on laajentunut ja kansainvälistynyt yritysostojen ja tuotekehityspanostusten kautta. Yritys siirtyi osaksi Berling Capital – konsernia vuonna 1986, ja ensimmäisen sukupolven hotellivarausjärjestelmä tuotiin markkinoille jo vuonna 1988. Ensimmäinen versio nykyisestä Hotelzon Online – järjestelmästä valmistui vuonna 2002. Vuonna 2004 Hotelzon osti ruotsalaisen Netbookin ja avasi toimiston Kiinassa. Vuonna 2005 ja 2006 tehtiin yritysostoja Isossa-Britanniassa ja Hotelzon U.K. aloitti toimintansa. Vuonna 2010 Ruotsin toiminnot siirrettiin Göteborgista Tukholmaan ja Hotelzon APAC aloitti toimintansa Hongkongissa. Vuoden 2011 aikana Hotelzon solmi merkittävän jakelu- ja yhteistyösopimuksen Travelportin kanssa sekä osti Suomen Hotellivaraukset Oy:n (HVO) liiketoiminnan. HVO – kaupan myötä syntyi myös monivuotinen yhteistyösopimus Fonectan kanssa. Hotelzonin tuotteista ja mobiiliratkaisuista kerrotaan tarkemmin myöhemmin.

Tutkimus tehdään kvantitatiivisella menetelmällä, kyselytutkimuksena, toukokuussa 2012. Tarkoituksen a on tavoittaa suurten suomalaisten yritysten matkahallinnon ja liikematkustukseen liittyvien palvelujen ja järjestelmien ostotoiminnasta vastaavat henkilöt. Tavoitteena on saada vastauksia etenkin suurilta, useita tuhansia majoitusvuorokausia varaavilta yrityksiltä. Kyselyn vastaanottaja tullaan valitsemaan siten, että pääosa kyselyn vastaanottajista edustaa yrityksiä jotka varaavat vähintään 500 majoitusvuorokautta vuodessa.

## 2 Hotellivaraukset liikematkustuksessa

Tässä luvussa tarkastellaan hotellikategoriaa liikematkustuksen osana. Yritysten hotelliohjelma, hotellisopimukset, varauskäyttämisen ohjaaminen ja yleisimmin käytetyt varauskanavat esitellään tässä luvussa.

### 2.1 Hotelliohjelma ja sopimukset

Matkustuspolitiikka on yrityksen laatima ohjeistus, jossa määritellään liikematkustukseen liittyvät säännöt, suositukset ja toimintatavat yrityksen työntekijöille. Matkustuspolitiikka tai matkustusohje sisältää matkustamiseen liittyvät säädökset ja suositukset, sekä hallinnolliset rutiinit ennen matkaa ja sen jälkeen. (Gustafson 2012, 278).

Osana yrityksen matkahallinnon kokonaisuutta yritykset laativat hotelliohjelman, joka pitää sisällään yrityksen suositukset ja – hotellit ja niihin neuvotellut sopimushinnat. Yrityksen haasteena on varausten ohjaaminen yrityksen kontrollin piirissä oleviin kanaviin, jossa tarjonta on määritelty ja priorisoitu yrityksen matkustuspolitiikan mukaisesti, sopimuksia tukien.

Valorinnan (2008) mukaan yritysten intressissä on keskittää hotellivaraukset valituille kumppaneille ja valittuihin varauskanaviin, ja siten saavuttaa säästöjä, kontrollia ja ostovoimaa. Matkustajien tekemien valintojen ohjaaminen perustuu yrityksen matkustussääntöön, joka huomioi turvallisuusnäkökohtien ja kustannustehokkuuden lisäksi tehdyt sopimukset.

Yrityksen tavoite on karsia nk. 'free flow', eli matkustussäännön ohi tehtävät varaukset. Tämä tarkoittaa sitä, että varaus tehdään ohi sovittujen varauskanavien suoraan hotelliin tai varaus tehdään muihin kuin suositushotelleihin ja mahdollisesti muulla kuin sopimushinnalla. (Valorinta 2008, 20).

Tutkijan oman kokemuksen mukaan yksittäisiä matkustajia ohjaa usein virheellinen kuva saavutettavista säästöistä yksittäisen hotellivarauksen kohdalla. Varaaminen suoraan hotellista, hotellin verkkosivuilta tai kuluttajasivuilta voikin säästää

matkatoimiston palvelumaksun, mikäli se on ainoa tarjolla oleva varausvaihtoehto yrityksessä. Samanaikaisesti näin toimiva matkustaja tulee aiheuttaneeksi joukon kielteisiä asioita yrityksen kannalta. Ohi hyväksytyn kanavan tehty varaus ei ole mukana yrityksen raportoinnissa, eikä näin ollen myöskään yrityksen ostovoimassa. Kriisitilanteessa matkustajaa ei myöskään voida paikantaa, ainakaan yhtä helposti kuin tilanteessa jossa käytetään rajallista määrää hyväksyttyjä kanavia. Jos yrityksessä on käytössä maksuton ja kattava hotellivarauskanava, ei ole myöskään tarvetta varata ohi kanavien varausmaksujen säästämiseksi.

## **2.2 Varauskanavat ja ohjaaminen**

Tässä kappaleessa esitellään yleisimmät yritysten hotellivarauksiin soveltuvat varausjärjestelmät, perinteisistä GDS -järjestelmistä vaihtoehtoisiin ADS - ja IDS -varausjärjestelmiin. Yleisnimitys näille järjestelmille on Electronic Distribution Systems (EDS) joka matkailualalla tarkoittaa kaikkia sähköisiä jakelukanavia.

### **2.2.1 GDS – järjestelmät perinteisenä toimijana**

Yritysten hotellivarauksiin on tarjolla useita kanavia sekä niiden yhdistelmiä. Lähes kaikilla suurilla yrityksillä on sopimusmatkatoimisto, ja käytössään matkatoimiston tarjoama itsevarausjärjestelmä. Matkatoimistot työskentelevät yleisesti Global Distribution System (GDS) – järjestelmissä ja tarjoavat asiakkailleen GDS- järjestelmiin pohjautuvia itsevarausjärjestelmiä. Nimitys GDS viittaa neljään kansainväliseen varaus- ja jakelujärjestelmään. GDS -yritykset ja järjestelmät ovat alun perin lentoyhtiöiden perustamia jakelukanavia, ja ne ovat syntyneet 1970 - 1990-luvuilla. Nykyisin GDS – järjestelmät sisältävät lentojen ohella hotellisisältöä, autonvuokrausta, laivayhteyksiä ja junia. (Valorinta 2008, 29). Junat ovat tulleet GDS-järjestelmiin pohjoismaissa varsin myöhään, Suomessa vasta vuonna 2011.

Suomessa, muissa Pohjoismaissa ja suuressa osaa Eurooppaa GDS-järjestelmien markkinajohtaja on Amadeus, Yhdysvalloissa markkinajohtaja on lähteestä ja laskentatavasta riippuen joko Travelport tai Sabre. Travelport omistaa GDS-järjestelmät Galileo ja Worldspan. (Travelport, 2012).



Maailmanlaajuisesta markkinaosuusjakaumasta GDS- järjestelmien kesken on vaikea saada objektiivista kuvaa, mutta Distribution Solutionzin Chicke Fitzgeraldin eri lähteistä kokoaman materiaalin pohjalta syntyy seuraava jakauma:

- Amadeus 37 %
- Travelport 30 %
- Sabre 28 %

(Distribution Solutionz, 2011)

Pohjoismaissa yleisin GDS -pohjainen liikematkustukseen tarkoitettu itsevarausjärjestelmä on Amadeus e-Travel Management (AeTM). Sen jälleenmyyjinä Suomessa toimivat kaikki suurimmat liikematkatoimistot; CWT Kaleva Travel, HRG Nordic, Area ja Suomen Matkatoimisto.

### **2.2.2 Online- matkatoimistot (OTA)**

Online – matkatoimistot (Online Travel Agencies, OTA) ovat ainoastaan verkossa toimivia matkatoimistoja. Maailman suurin toimija on alun perin Microsoftin toimesta vuonna 1996 perustettu Expedia – ryhmä, joka sisältää palvelut expedia.com, hotels.com ja hotwire.com, sekä liikematkustukseen keskittyvän Egencian. (Expedia Inc. 2012). Muita suuria kansainvälisiä toimijoita ovat Orbitz ja Priceline. Esimerkki Pohjoismaissa toimivista online-matkatoimistoista on Travellink, joka on perustettu vuonna 2000 ja jonka pääkonttori sijaitsee Tukholmassa. (Travellink 2012).

### **2.2.3 Vaihtoehtoiset varausjärjestelmät (ADS, IDS)**

Internet Distribution System (IDS) ja Alternative Distribution System (ADS) ovat nimityksiä vaihtoehtoisille varauskanaville jotka toimivat verkossa ja ohittavat perinteiset välittäjät kuten GDS-järjestelmät. (Hotel Mule 2011). ADS- ja IDS-järjestelmien hotellisisältö koostuu kunkin järjestelmän omasta sisällöstä, joka tuodaan järjestelmään omien rajapintojen ja kytkentöjen kautta, ja toisaalta niin sanottujen ”vaihteiden” (hotel switch) kautta tuodusta sisällöstä. Esimerkki tällaisesta switchistä on Pegasus, johon ketjut ja hotellit tuovat tarjontaa ja josta erilaiset ADS- ja IDS-järjestelmät sekä Online – matkatoimistot (OTA) hakevat täydentävää hotellisisältöä.

Lukuisat yritykset ovat valinneet hotellivaraamiseen GDS -pohjaisen itsevarausjärjestelmän sijaan hotellivarauksiin erikoistuneen kumppanin ja sen tarjoamat järjestelmät. Tähän on useita syitä. Ainoastaan hotellien välittämiseen keskittyneet toimijat tarjoavat yrityksille mahdollisuuden varata majoitukset onlinejärjestelmästä ilman transaktiopohjaisia varausmaksuja. Hotellitarjonta näissä ADS- järjestelmissä on useimmiten myös selvästi laajempi kuin GDS -järjestelmissä. Esimerkiksi Hotelzon Corporate Onlinessa on noin 37 000 hotellia jotka eivät ole varattavissa GDS – järjestelmistä. Tarjontaa kasvatetaan yritysten tarpeiden perusteella jatkuvasti. GDS-järjestelmät ovat monelle yksittäiselle hotellille ja pienemmälle ketjulle liian kallis kanava, joka ei välttämättä tavoita hotellin tavoittelemaa asiakaskuntaa.

Valorinnan (2008) mukaan välittäjien suurin lisäarvo muodostuu oman kategoriansa asiantuntemuksesta. Välittäjän tarjoaman hotellitarjonnan tulee vastata asiakasyrityksen tarpeita ja kasvaa asiakasyrityksen liiketoiminnan edellyttämällä alueilla. Välittäjien tulee oman osaamisensa kautta tarjota asiakasyritykselle välineet ja ratkaisut yrityksen matkahallintostrategian toteuttamiseen. Välittäjän varausjärjestelmä ei yksinään ole riittävä lisäarvo. Pelkästä varaustoiminnallisuudesta maksaminen ei yrityksiä houkuttele, sisältö ja välittäjän asiantuntemus ratkaisevat. (Valorinta 2008, 21).

Suurissa yrityksissä matkustuksen ja hotellivarausten asiantuntijoiden käyttö perustuu siihen, että matkustus ei ole minkään yrityksen ydinliiketoimintaa, vaan tukitoiminto varsinaisen liiketoiminnan hoitamiselle.

Valorinta (2008) näkee perinteisten matkatoimistojen ja hotellivarauksiin erikoistuneiden toimijoiden tulevaisuuden roolit mielenkiintoisina. Yhteen kanavaan keskittämällä on puolensa ja puolestapuhujansa, mutta perinteisiin jakelujärjestelmiin pohjaava ”one-stop-shop” on kompromissi, jonka sisältö perustuu ainoastaan yhden jakelujärjestelmän sisältöön. Hyvänä puolena mainitaan se, että kaikki liikematkustuksen kategoriat ovat tarjolla samassa järjestelmässä.

Vastaavasti hotellispesialistilla on omalla alueellaan erityistä osaamista ja tarjontaa, ja lisäksi monessa yrityksessä on paljon paikallista matkustusta, jolloin matkatoimiston palveluja, kuten lentovarouksia, ei edes tarvita. Toisin kuin palvelumaksuja perivät matkatoimistot, hotellivaraamot ovat perinteisesti olleet edullisempi tapa tehdä pelkkä hotellivaraus.”

(Valorinta, V. 2008. s.23)

Valorinnan kirjan ilmestymisen jälkeen toimintaympäristö, ja myös ajattelutapa, liikematkustukseen liittyvien hotellivarausten osalta on muuttunut, ja muuttuu edelleen. Yritykset ovat siirtyneet, ja siirtymässä, käyttämään niin sanottuja multiportaaleja, jotka kokoavat erilaisia varauskanavia yhteen. Valorinnan mainitsema one-stop shop on muuttunut tarkoittamaan GDS-järjestelmiin pohjautuvien varausjärjestelmien sijasta multiportaaleja, joissa kuhunkin kategoriaan valitaan paras työkalu, ja nämä varaustyökalut kootaan yhteen kolmannen osapuolen toimesta. Enää ei siis tyydytä kompromissiin, jossa itsevaraustyökalun tarjonta pohjautuu yksipuolisesti siihen lento-, hotelli- ja vuokra-autotarjontaan joka yhdessä GDS- järjestelmässä on tarjolla. Vaihtoehtoisia jakelukanavia (ADS, Alternative Distribution System) voidaan koota esimerkiksi KDS:n tai Concurin kaltaisiin Travel Management – järjestelmiin. Nämä järjestelmät tarjoavat yritysasiakkaille mahdollisuuden koota yrityksen tarpeiden mukaiset, ja kuhunkin kategoriaan parhaiten soveltuvat varauskanavat yhteen.

Osoituksena hotellispesialistien osaamisesta ja tarjonnasta, myös perinteisesti GDS – maailmassa toimivat tahot ovat ryhtyneet yhteistyöhön hotellivarausteknologiaan erikoistuneiden yritysten kanssa. Esimerkiksi Travelport tekee yhteistyötä johtavan hotellivarausteknologiatoimittaja Hotelzonin kanssa, yhdistämällä hotellitietokantansa Hotelzonin tarjonnan kanssa.

Integraation myötä matkatoimistot ja muut ammattilaisvaraajat pääsevät käsiksi maailman suurimpaan hotellivalikoimaan, joka muodostuu Hotelzonin ja Travelportin tietokantojen, kuten Galileon, yhdistetystä sisällöstä. Sopimus laajentaa Hotelzonin palvelutarjontaa, ja odotettavissa on hotellivarausten huomattavaa kasvua, kun yhteiset matkatoimistoasiakkaamme pääsevät käyttämään yhä kasvavaa, yhteistä hotellitietokantaamme, sanoo Hotelzonin toimitusjohtaja Jani Kaskinen. (Hotelzon, 20.1.2011)

Suomen suurin liikematkatoimisto CWT Kaleva Travel aloitti puolestaan yhteistyön Hotelzonin kanssa vuonna 2008. Silloinen Kaleva Travel ryhtyi tarjoamaan Hotelzonin teknologiaa asiakasyritystensä hotellivarauksiin. Kun Carlson Wagonlit Travel (CWT) osti Kaleva Travelin liiketoiminnan vuonna 2011, ja nimi vaihtui CWT Kaleva Traveliksi, sai suomalaisyhtiö globaalin vastuun koko CWT- ketjun online-strategiasta ja sen toteuttamisesta. Mobiilipalveluissa ja CWT:n hotelliohjelman kehittämisessä se sai vastuulleen Euroopan ohella Lähi-idän ja Afrikan. CWT:n johtoryhmän jäsen Mika Kiljunen kommentoi asiaa Ikkunapaikka – lehdessä lokakuussa 2011 seuraavasti: ”Näissä asioissa olemme jo hyvässä vauhdissa. Hotellipalveluissa Hotelzon laajenee CWT:n Ruotsin ja Tanskan yksiköihin ja niiden asiakasyrityksiin. Järjestelmää pilotoidaan myös Britanniassa.” (Ikkunapaikka 7.10.2011)

CWT tarjoaa Hotelzonin varausteknologiaa omille yritysasiakkailleen Suomessa, Ruotsissa, Tanskassa ja Isossa-Britanniassa nimellä CWT Room Select.

Hotelzon on tarjonnut meille erittäin laadukkaan hotellivaraustyökalun, joka on räätälöity CWT:n globaaleja tarpeita ajatellen. Valitsimme Hotelzonin partneriksemme vertaansa vailla olevan teknologian ja Suomessa toimivan sisäryityksemme CWT Kaleva Travelin hyvän palautteen ansiosta. Hotelzon oli erittäin mieluinen valinta tuotekehityksen yhteistyökumppaniksemme, sanoo CWT Ruotsin toimitusjohtaja Johan Wilson. (Hotelzon 23.5.2012)

#### **2.2.4 Hotellivarauskanavan valinta**

Tutkijan oman kokemuksen mukaan yritykset valitsevat hotellivarauksilleen sellaisen kanavan, joka palvelee sisällöltään, ominaisuuksiltaan ja ohjausmahdollisuuksiltaan yrityksen tarpeita. Kuten edellä on esitetty, on muutos käynnissä kohti niin sanottuja multiportaaleja, joissa kuhunkin kategoriaan valitaan paras varausteknologia. Eri järjestelmätoimittajien hotelleilta perimissä välityspalkkiossa on suuria eroja, jotka heijastuvat myös yritysten valintoihin. Yritykselle edullinen ja tehokas kanava, joka tarjoaa myös hotelleille kustannustehokkaan jakelutien, johtaa myös edullisempiin sopimushintoihin hotellien tarkastellessa hintojen jakelun kokonaiskustannuksia.

### 3 Mobiiliteknologia liikematkustuksessa

Sana ”mobiili” on yhdistetty tällä vuosikymmenellä hyvin useisiin innovaatioihin. Mobiili-tietotekniikan on sanottu tarkoittavan käyttötapahtuman mukaan joko kannettavaan tietokoneeseen tai matkapuhelimeen. Useimmiten matkapuhelin mielletään todelliseksi mobiililaitteeksi. Tämä raja on kuitenkin hämärtynyt jatkuvan kehityksen johdosta.

Sanalla ”mobiili” voidaan tarkoittaa myös muutakin kuin pelkkää laitetta. Sanalla voidaan viitata muun muassa käyttäjän liikkumiseen, laitteen liikuteltavuuteen ja liikkuvaan käyttöön.

Nämä määritteet ovat kuitenkin sekoittuneet yleiskielessä tarkoittamaan yhden ihmisen mukanaan kuljettamia päätelaitteita, jotka ovat digitaalisia ja tarjoavat mahdollisuudet käyttää langattomia verkkoyhteyksiä. Teknisen sisällön lisäksi mobiili -sanalla on sisältökäsité, joka viittaa epämääräisesti kaikkeen liikkeessä tapahtuvaan tietojenkäsittelyyn ja kommunikointiin.

(Hari y.m. 2004)

Mobiilisovellus (mobiiliapplikaatio) on mobiililaitteille kehitetty sovellus joka mahdollistaa internetpalvelujen käytön kevyemmin ja käyttäjäystävällisemmin perinteiseen verkkoselaimeen verrattuna. mFabrikin Atte Kniivilä kuvasi mobiilisovelluksen ja mobiilioptimoitun verkkosivun eroja FBT:n ajankohtaisseminaarissa seuraavasti: Mobiilisovellus (applikaatio) toimii myös offline-tilassa, toimii ainoastaan siinä käyttöjärjestelmässä tai laitteessa johon se on suunniteltu ja mahdollistaa vaativamman grafiikan esimerkiksi peleissä. Mobiilioptimoitu verkkosivu taas toimii kaikissa puhelimissa joissa on internet-yhteys, ja se hyödyntää useimpia puhelimen ominaisuuksia. Mobiilioptimoitu sivu ei vaadi lataamista, jolloin käyttäjien houkuttelevuus on helpompaa. (Kniivilä 2012)

Palveluntarjoajille sovellusten kehittäminen on kallista ja aikaa vievää. Jokaiselle käyttöjärjestelmälle tarkoitettu sovellus pitää kehittää ja toteuttaa erikseen.

Käyttöjärjestelmäkohtaiset sovellukset (native apps) ovat myös herkkiä valmistajien tekemille muutoksille käyttöjärjestelmässä. Sovellukset ovat kuitenkin suosittuja kuluttajien keskuudessa, ja tästä johtuen palveluntarjoajat tutkivat uusia mahdollisuuksia sovellusten kehittämisessä.

Yksi ratkaisu on HTML5-teknologiaa hyödyntämällä kehitetyt hybridit, jotka ovat eräänlaisia mobiilisovellusten ja mobiiloptimoitujen verkkosivujen välimuotoja.

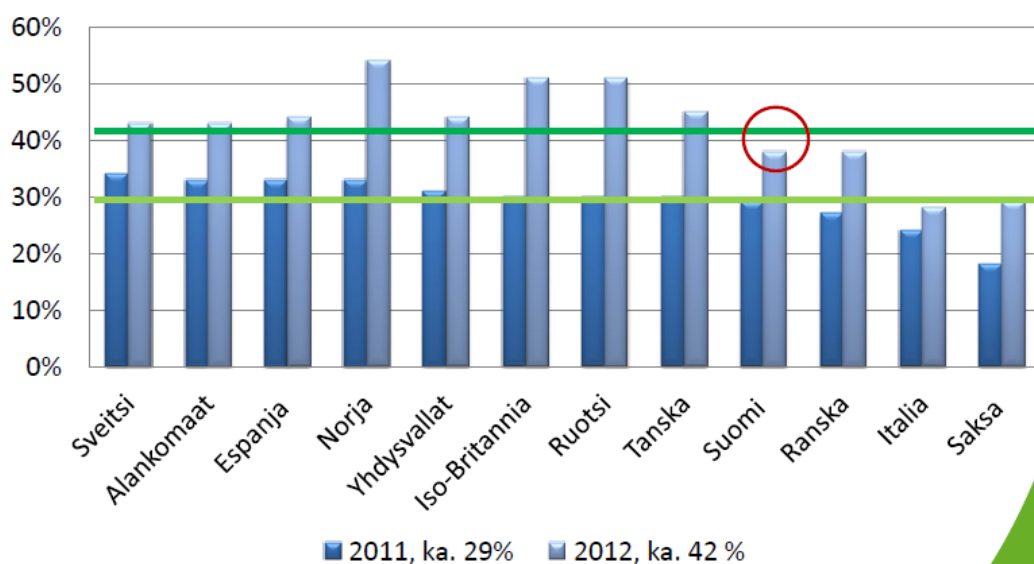
HTML5 nähdään yleisesti sisällöntuottamisen tulevaisuutena, sekä käyttäjäkokemuksen että kustannusten ja ansainnan kannalta. Nykymallissa sovellusten julkaisijoiden tulee kehittää erilliset sovellukset kullekin alustalle jotta ne toimisivat sekä iOS (iPhone, iPad) ja Android - alustoilla, kun taas selainpohjaista HTML5-teknologiaa hyödyntäen saadaan aikaan sovellus joka toimii kaikilla alustoilla. Käyttöjärjestelmäkohtaisissa sovelluksissa (native apps) lisäkustannuksia voi syntyä jopa yhden käyttöjärjestelmän sisällä, esimerkiksi siitä syystä että saadaan sovellus toimimaan moitteettomasti iPhoneen ja iPadin erikokoisissa näytöissä. Kustannussäästöjä syntyy sekä siitä että sovellusten julkaisijoiden ei enää tarvitse kehittää ja ylläpitää useampia alustakohtaisia sovelluksia, mutta myös siitä että käyttöjärjestelmien omistajille maksettavat palkkiot pienenevät. Apple on veloittanut sovellusten kautta saatavista myyntituloista jopa 30 prosenttia. (Webb, J. 2012).

Hybridien kehittämiseen tarvittava aika on puolittunut viimeisen vuoden aikana, ja on nyt keskimäärin kahdeksan viikkoa. Ohjelmistokehittäjältä kuluu siis keskimäärin kahdeksan viikkoa hybridisovelluksen kehittämiseen, kun vastaava aika vielä vuosi sitten on ollut 16 viikkoa. Mobiilien käyttöjärjestelmien ja selainten kehittyminen ja mobiilien verkkoyhteyksien nopeuden ja kapasiteetin kasvu ovat johtaneet siihen että hybridit tarjoavat jo nyt tavanomaisiin sovelluksiin verrattavissa olevan käyttökokemuksen. (Mobile Marketer 2012)

Älypuhelimien ja tablettien myynti on räjähdysmäisessä kasvussa. ConTGo:n Johnny Thorsen mukaan vuonna 2012 myydään enemmän älypuhelimia kuin tietokoneita. Tammikuusta 2012 kahdeksantoista kuukautta taaksepäin ulottuvalla ajanjaksolla

myytiin 40 miljoonaa iPad:ia ja 11 miljoonaa iPhone – älypuhelinta. Mobiilisovellusten määrä kasvaa niin ikään rajusti. Pelkästään Applen laitteisiin sopivia mobiilisovelluksia on ladattu kolmessa vuodessa 15 miljardia kappaletta, ja Thorsen ennustaa 100 miljardin rajan rikkoutuvan viiden ja puolen vuoden kuluttua. Googlen erilaisia applikaatioita ennustetaan ladattavan 100 miljardia kappaletta seuraavan kolmen vuoden kuluessa. (Thorsen 2012)

Our Mobile Planet 2012 - selvityksen mukaan älypuhelimien osuus kaikista puhelimista Euroopassa oli 29 prosenttia vuonna 2011 ja 42 prosenttia vuonna 2012. (Kuvio 1). Vuonna 2011 Suomi on saavuttanut eurooppalaisen keskiarvon, mutta vuonna 2012 älypuhelimien osuus kaikista puhelimista on Suomessa eurooppalaista keskiarvoa alhaisempi, ollen 38 prosenttia. (Our Mobile Planet 2012)



Lähde: [www.ourmobileplanet.com](http://www.ourmobileplanet.com)

Kuvio 1. Älypuhelimien osuus tietyissä Euroopan maissa 2011-2012. Our Mobile Planet 2012.

Liikematkustukseen tarkoitettujen mobiilisovellusten osalta on syystä tehdä selvä ero informatiivisen sisällön ja varaustoiminnallisuuden välillä. Muualta, kuten onlinejärjestelmistä, matkatoimistosta tai suoraan palveluntuottajan kautta tehtyjen varausten vahvistusten toimittaminen mobiilisovellukseen on nimenomaan informatiivista sisältöä

joka on tarkoitettu helpottamaan matkustajien tiedonsaantia ja tiedon kokoamista yhteen, helposti saatavilla olevassa muodossa.

Suomen suurin liikematkatoimisto CWT Kaleva Travel julkaisi informatiivista sisältöä koskevan kyselynsä tulokset uutiskirjeessään 20.3.2012:

”CWT Kaleva Travel kysyi yli 10 000 suomalaiselta liikematkustajalta, matkanvaraajalta ja travel managerilta mitkä ovat tärkeimmät tiedot, jotka kännykkään tulee saada matkan aikana. Tulosten mukaan suomalainen liikematkustaja on muutamassa vuodessa ottanut matkan tekoa helpottavan mobiiliviestinnän omakseen. 88 prosenttia kyselyyn vastanneista haluaa saada matkapuhelimeensa matkatietonsa (lento- ja hotellivaraukset), 43 prosenttia kaipaa myös tärkeitä osoitteita ja reittiohjeita. Kohdetietoja ja karttoja arvostaa 43 prosenttia vastaajista. Poikkeustilannetietojen saamista suoraan omaan matkapuhelimeen pidetään erittäin tärkeänä. 88 prosenttia vastaajista odottaa tietoja poikkeustilanteesta omassa matkakohteessa kännykkäänsä. 67 prosenttia toivoo saavansa myös toimintaohjeita. 47 prosenttia toivoo yhteenvedoa mahdollisista riskeistä jo ennen matkaa.”( CWT Kaleva Travel, 20.3.2012)

PhoCusWrightin raportissa "Mobile Hits the Mainstream: Technology and Industry Trends" on tutkittu mobiilivarauksia Yhdysvalloissa. Raportin mukaan vapaa-ajan matkustuksen ja hallinnoimattoman liikematkustuksen mobiilivarausten arvo nousi 2,6 miljardiin dollariin vuonna 2011, ollen 2,4 prosenttia online-varausten kokonaismäärästä. Raportti ennustaa mobiilivarausten osuuden kohoavan 6,5 prosenttiin online-varauksista ja 2,6 prosenttiin kokonaismatkustuksesta vuoteen 2013 mennessä. Vaikka mobiilivarausten osuus Yhdysvalloissa pysyy vielä verraten pienenä seuraavan kahden vuoden aikana, mobiilivarausten arvon odotetaan nousevan kahdeksaan miljardiin dollariin vuonna 2013. Mobiilialustat muuttavat varauskäyttäytymistä, ja tuovat varauskanavamuutoksen ohella lisävarauksia, raportissa todetaan. (Wall Street Journal Market Watch 2012)



### 3.1 Mobiililaitteiden käyttö hotellivarauksissa

GDS - yritys Sabren joulukuussa 2011 tekemän tutkimuksen mukaan 70 prosenttia liikematkustajista ovat erittäin kiinnostuneita varaamaan hotelliöyöyksiä mobiililaitteiden kautta. Tutkimuksessa todetaan myös, että liikematkustajat vaativat mobiililaitteilta samantasoista toiminnallisuutta ja käyttäjäystävällisyyttä kuin se, johon on totuttu työpöydän ääressä. (Yahoo Finance, 2012).

PhocusWright teki laajan tutkimuksen Amadeuksen toimeksiannosta helmikuussa 2012, otsikolla ”Empowering Inspiration: The Future of Travel Search”.

Tutkimuksen kohderyhmänä ovat kuluttajat eri maissa, mutta jotkut tutkimuksen tuloksista ovat kiinnostavia myös liikematkustuksen kannalta. Tämä siksi, että kuluttajien vapaa-ajan matkustuksessaan hyviksi havaitsemat toimintatavat heijastuvat liikematkustukseen käyttäjätottumuksina. (Rheem 2012).

Tutkimuksen mukaan Intiassa ja Venäjällä kuluttajat ovat etsineet tietoa ja vertailleet kohdetietoja mobiililaitteiden avulla selvästi länsimaita enemmän, Intiassa 28 prosenttia kuluttajista ja Venäjällä 18 prosenttia kuluttajista on käyttänyt vertailuun ja tiedonetsintään sovelluksia tai mobiilioptimoituja verkkosivuja. Vastaava luku Isossa-Britanniassa on kahdeksan prosenttia ja Saksassa kuusi prosenttia.

Kysyttäessä mitä matkustukseen liittyviä palveluita kuluttajat haluavat käyttää mobiililaitteen kautta, saatiin seuraavia vastauksia:

- Informatiivinen sisältö kiinnostaa kuluttajia tarjotuista vaihtoehtoista selvästi eniten, etenkin tiedon saaminen matkan aikana tapahtuvista muutoksista, kuten lentojen porttitiedoista ja mahdollista myöhästymisistä. Yhdysvalloissa, Venäjällä ja Intiassa yli 50 % vastanneista ilmoittavat olevansa kiinnostuneita tästä sisällöstä, ja jopa Saksassa, jossa mobiilipalveluiden kysyntä on yleisesti ottaen laimeaa, lähes 40 % vastanneista haluaa käyttää tämäntyyppistä sisältöä.
- 18 - 35 % kyselyyn vastanneista olivat halukkaita varaamaan ja ostamaan matkoja ja majoitusta mobiililaitteen välityksellä. Suurin kiinnostus on Intiassa, Venäjällä ja Brasiliassa, joissa noin 35 prosenttia vastanneista ovat kiinnostuneita

varaustoiminnallisuudesta. Muissa kyselyn kohdemaissa varaustoiminnallisuudesta kiinnostuneiden osuus vaihtelee 18 ja 27 prosentin välillä: Saksassa 18 prosenttia, Isossa-Britanniassa 24 prosenttia ja Yhdysvalloissa 27 prosenttia vastanneista ovat kiinnostuneita mobiililaitteille tarkoitettuun varaustoiminnallisuudesta.

- 10 – 32 % vastanneista ilmoittaa että heillä ei ole lainkaan kiinnostusta käyttää mobiililaitetta matkustukseen liittyvissä asioissa. Saksassa 32 % vastanneista on tätä mieltä, Isossa-Britanniassa 30 %, Yhdysvalloissa 16 %, Brasiliassa 15 % ja Intiassa sekä Venäjällä 12 %.

(Rheem 2012, 14, 30)

Hsmai Foundation julkaisi laajan hotellien varauskanavia käsittelevän raportin tammikuussa 2012. Raportin otsikko on ”Distribution Channel Analysis: A Guide for Hotels” ja sen ovat laatineet Cindy Green ja Mark Lomanno. Raportti painottuu Yhdysvaltojen markkinoille, mutta jakelukanavien muutosta käsitellään myös globaalista näkökulmasta.

Raportissa käsitellään mobiilivarauksia ”nousevana kanavana” ja kaikki raporttia varten haastatellut asiantuntijat ovat samaa mieltä siitä, että mobiilivaraukset hotelleihin tulevat lisääntymään merkittävästi seuraavan kahden vuoden aikana.

Larraine Voll Morris, VP eDistribution, Marriot tiivistää asian raportissa näin:

Mobiili – se on nopea, helppo, sijaintiin perustuva, vapaa ja aina mukana. Mobiili muuttaa matkailukokemuksen ja muodostuu matkailijalle korvaamattomaksi, ei ainoastaan varausten osalta. Googlen mukaan 30 prosenttia hotellihauista tulee mobiililaitteista.” (Green & Lomanno 2012, 41)

Suurimpien hakukoneiden tulo matkailualalle ja hotellien jakelukanavamarkkinoille, kuluttajien nopea siirtyminen mobiilivaraamiseen ja uuden sisältötekniikan, kuten ääni- ja karttatoimintojen kehittyminen tulevat johtamaan merkittävään varauskanavakentän muutokseen vuosina 2012 - 2015. (Green & Lomanno 2012, 15)

Vaikkakin monet nykyiset mobiilisovellukset Yhdysvalloissa keskittyvät viime hetken tarjoushintoihin, toiminnallisuuden vaatimukset kasvavat selvästi mobiilipalveluiden käytön lisääntyessä. Ääniohjatut ja karttapohjaiset palvelut siirtyvät kuluttajien vaatimuslistalle varsin pian. Hotellit hyötyvät tarjonnan siirtymisestä viime hetken tarjouksista kohti parempaa toiminnallisuutta ja korkeampia hintoja. On varsin todennäköistä, että kuluttajat eivät tule käyttämään tusinoittain erilaisia sovelluksia – sovellusten keskinäinen kilpailu kiristyy ja karsintaa tulee tapahtumaan.

(Green & Lomanno 2012, 9)

Raporttia varten haastatellut asiantuntijat arvioivat jakelukanavakentän lähitulevaisuuden muutoksia varsin yksimielisesti. Kysymykseen siitä, minkä kolme tekijän arvioidaan nousevan merkittävimiksi jakelukanavia muuttaviksi asioiksi kolmen seuraavan vuoden aikana, saatiin seuraavia vastauksia:

Mobiili ja paikannukseen perustuvat mobiilipalvelut, palvelujen personointi ja henkilökohtainen relevanssi, sekä hakukoneiden tulo jakelukanavamarkkinoille.  
(Lorraine Voll Morris, VP eDistribution, Marriot)

Mobiili, hakukoneet, sosiaalinen media ja kaikkien kolmen yhteisvaikutuksesta syntyvä hintojen läpinäkyvyys.  
(Flo Lugli, Executive VP Marketing, Wyndham Hotel Group)

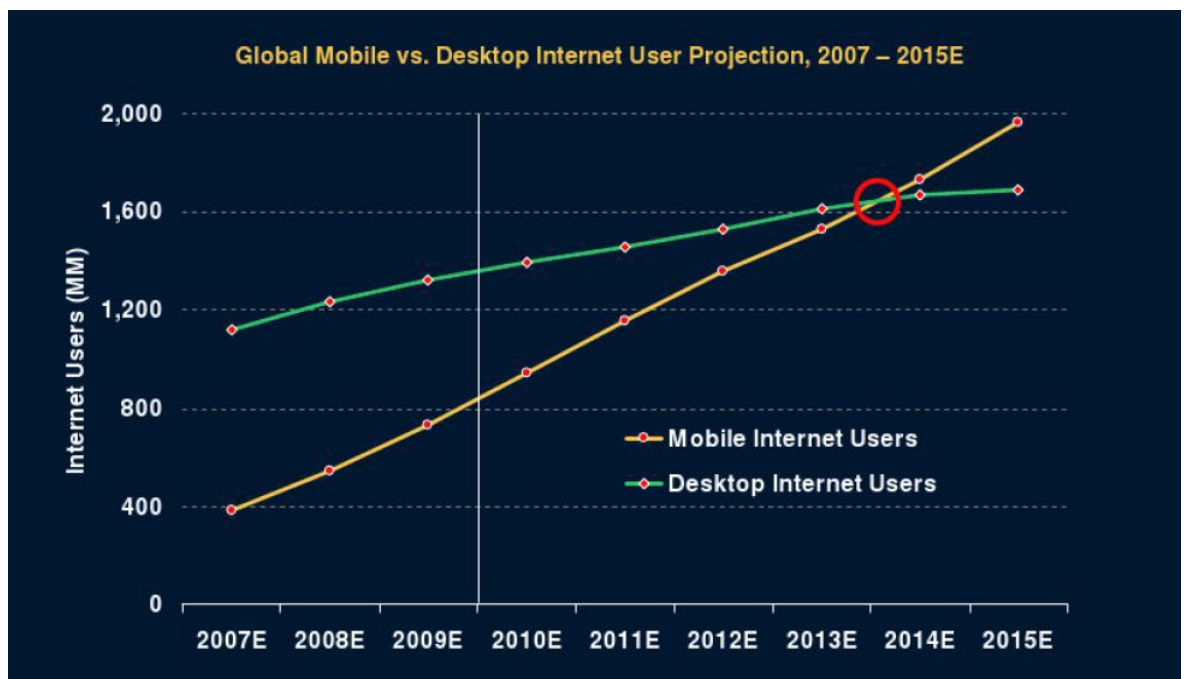
Mobiili, sosiaalinen media ja kimppadiilejä tarjoavat sivustot.  
(Dan Kowalewski, VP Revenue Management, Wyndham Hotel Group)

Raportti alleviivaa mobiilin merkitystä lähivuosina. Yksi tärkeimmistä syistä on se, että jatkossa jokaisen elektronisen jakelukanavan tulee olla läsnä mobiilimaailmassa.

Raportissa ennustetaan, että ei kulu kauaakaan ennen kuin mobiililaitteiden, toisin sanoen älypuhelimien ja tablettien, kautta tapahtuva varaaminen ohittaa transaktioiden määrässä pöytä- ja sylikoneiden kautta tapahtuvat varaukset.

Mikään jakelukanavia koskeva keskustelu ei ole kattavaa ilman vahvaa kytköstä mobiiliteknologiaan. Suurista odotuksista huolimatta, ja siitäkin huolimatta että kyseessä on todennäköisesti suurin yksittäinen jakelukanavamaailmaa muuttava tekijä, mobiiliteknologia on edelleen vahvasti evoluutiovaiheessa. (Green & Lomanno 2012, 51)

Raportissa viitataan myös Morgan Stanley Researchin tekemään arvioon, jonka mukaan mobiililaitteiden kautta tapahtuva internetin käyttö ohittaa pöytä- ja sylimikrojen kautta tapahtuvan käytön 2013 – 2014. (Kuvio 2). ”Mihin suuntaan mobiililaitteet kehittyvät, ne tulevat myös jatkossa olemaan pienikokoisia, kevyitä ja helposti mukana kulkevia. Mobiililaitteet ovat valloittaneet niin suuren osan jokapäiväistä elämäämme, että jopa kosketusnäyttöille sopivia talvikäsineitä on ilmestynyt markkinoille.” (Green & Lomanno 2012, 56)



Kuvio 2. Internetin käyttäjät päätelaitteen mukaan 2007 – 2015. Morgan Stanley.

ACTE ja KDS julkaisivat tutkimuksen lokakuussa 2011 otsikolla ”The increasing impact of new technology, global events and corporate social responsibility on business travel”. Tutkimuksen kohderyhmänä olivat sekä matkustajat että matkahallinnon ja epäsuorien hankintojen päättäjät, pääasiassa eurooppalaisissa yrityksissä. Tutkimukssa

58 prosenttia vastanneista ilmoittaa että mobiiliapplikaatioiden ja sosiaalisen median käyttö liikematkustukseen liittyvissä asioissa on yrityksessä sallittua.

(ACTE & KDS 2011, 9)

Talouselämä referoi TNS Gallupin keväällä 2012 tekemää laajaa mobiilitutkimusta. Tutkimuksen mukaan 44 prosenttia suomalaisista omistaa älypuhelimien, kun taas tabletin omistaa vasta kuusi prosenttia suomalaisista. Tutkimuksesta selviää että toiset kuusi prosenttia suomalaisista on päättänyt hankkia tabletin lähiaikoina. (Talouselämä 30.5.2012). TNS Gallupin ”Mobile Life” tutkimus johon Talouselämä viittaa on tehty 48 000 vastaajan otoksella 58 maassa. Kysyttäessä mitä sovelluksia vastaajat eivät käytä tällä hetkellä, mutta voisivat harkita käyttävänsä, 18 prosenttia vastaajista ilmoittavat halukkuutensa käyttää matkailuun liittyviä sovelluksia. Samanaikaisesti vain viisi prosenttia vastaajista sanoo haluavansa käyttää työhön liittyviä sovelluksia älypuhelimillaan. (TNS 2012).

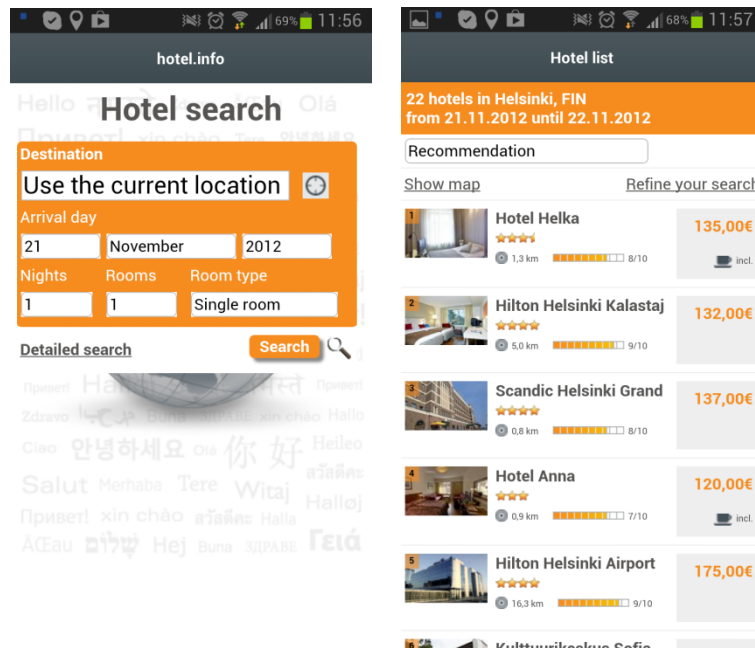
### **3.2 Palvelutarjonta ja muut alan toimijat**

Nimenomaan liikematkustukseen ja yritysten hotellivarauksiin tarkoitettuja sovelluksia on markkinoilla melko vähän. Hotelzonin lisäksi liikematkustukseen ainakin osittain soveltuva hotellivaraussovellus on tarjolla ainakin saksalaisella HRS:llä. Hotelzonin tapaan HRS:llä on tarjolla sovellus yleisimmille alustoille. (HRS, 2012).

Hotel.info lanseerasi oman mobiiliversionsa tammikuussa 2010. Kyseessä on mobiilioptimoitu verkkosivu osoitteessa m.hotel.info. Tammikuussa 2010 julkaistussa lehdistötiedotteessa kerrotaan että iPhoneille tarkoitettu sovellus on tulossa myöhemmin. (hotel.de, 2010). Hotel.info:n iPhone - sovellus tuotiinkin markkinoille kesäkuussa 2011. (Travel Daily News, 29.6.2011). Lokakuusta 2011 alkaen sovellus on ollut saatavissa myös Android - alustalle. (Google Play, 2012). Hotel.infon mobiilisovellus on esitelty kuviossa 3.

Sekä HRS että hotel.info kertovat sovellustensa kuvauksissa että yritykset hyötyvät yritysasiakkaille tarkoitetuista alennuksista mobiilisovellusta käytettäessä. (HRS 2012, hotel.de 2012). Epäselväksi jää kuitenkin ovatko yrityksen omat sopimushinnat ja varsinaisessa onlinejärjestelmässä olevat matkustussäännöt, profiilitiedot ja maksutavat

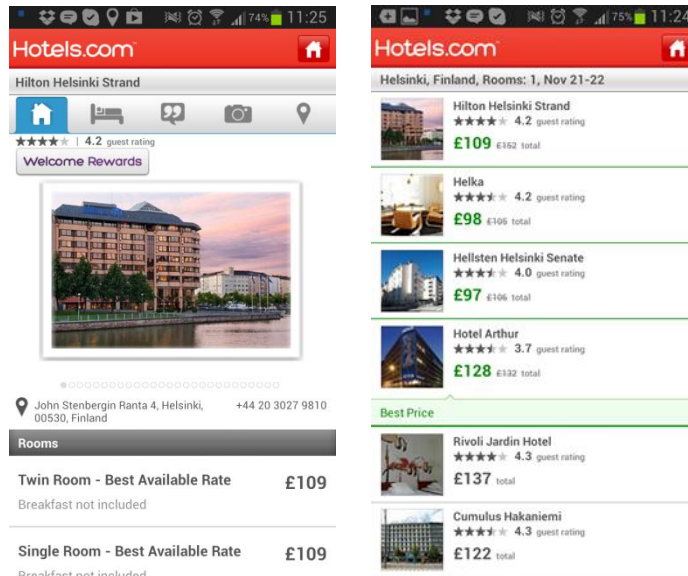
kytketty mobiilisovellukseen, ja ovatko mobiilisovelluksen kautta tehdyt varaukset yrityksen raportoinnin piirissä.



Kuvio 3. Hotel.infon mobiilisovellus.

Amadeuksen mobiiliratkaisu, Amadeus Mobile Partner, on ainakin toistaiseksi ominaisuuksiltaan lähinnä informatiivinen. Sovellus mahdollistaa Amadeukseen tehtyjen varausten tarkastelun, matkasuunnitelmien hyväksymismenettelyn ja matkustajille tiedottamisen kriisitilanteessa. (Amadeus, 2012).

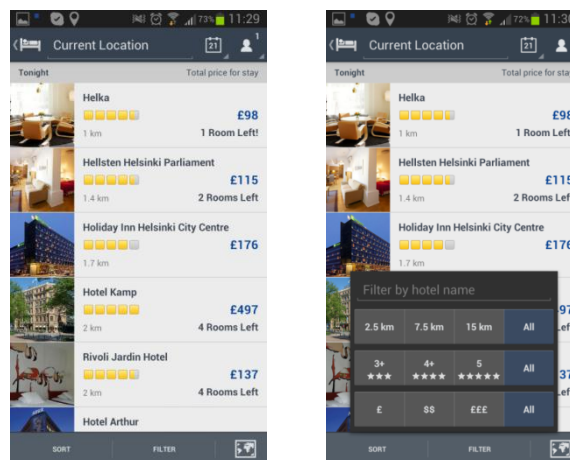
Online-matkatoimistot (OTA) ja hotelliketjut tuovat kilvan markkinoille omia sovelluksiaan houkuttelemaan ja koukuttamaan mobiiliriippuvaisia kuluttajia. Käyttäjäkuntaa houkutellaan viime hetken erikoistarjouksilla [‘hot deals’] ja nopeudella. Tällaisia ovat DealBasen ”Hotel Tonight”, Pricelin ”Tonight Only” ja Expedia Hotels.com - mobiilisovellus. Näitä edellä mainittuja sovelluksia ei ole ensisijaisesti tarkoitettu liikematkustukseen, eivätkä ne luonteensa ja toiminnallisuutensa vuoksi siihen soveltu. Hotels.com lanseerasi oman tuotteen pyytämällä hotelliketjuilta roimia alennuksia jotka olivat ainoastaan tarjolla mobiilisovelluksen kautta. Hotels.comin mobiilisovellus kuviossa 4.



Kuvio 4. Hotels.comin mobiilisovellus.

Liikematkustukseen soveltumattomuutta kuvaa myös kampanjaan liittyvä mainos, jossa laskuvarjohyppääjä ehtii reagoida hotelliketjun tarjoushintaan ja tehdä varauksen sillä aikaa kun leijuu ilmassa, hetkeä ennen varjon avaamista. (Green & Lomanno 2012, 59)

Expedia toi uuden version Android- ja iPhone-sovelluksistaan Yhdysvaltain markkinoille marraskuussa 2012. Uutta on se, että USA:n hotellien rinnalle on tuotu varattavaksi USA:n sisäiset lennot. Hotellivaraustoiminnallisuudessa uutuutena on ainoastaan mobiilisovelluksen kautta julkaistavat erikoistarjoukset, joissa viime hetken alennus on jopa 60 prosenttia. (Hotel Marketing 2012/2). Kuvakaappauksia Expedia mobiilisovelluksesta kuviossa 5.



Kuvio 5. Expedia mobiilisovellus.

## 4 Hotelzonin varausratkaisut

Hotelzon tarjoaa varausjärjestelmiä ja teknologiaa yrityksille, matkatoimistoille ja onlinevälittäjille. Yritysten käyttöön tarkoitetut tuotteet ja ratkaisut on esitelty tarkemmin tässä luvussa. Hotellivarauksia välittävälle kolmansille osapuolille tarkoitettua Hotelzon Service Interface – rajapintaa (API) ja Hotelzon Agent Online – matkatoimistoliittymää ei ole esitelty tässä työssä.

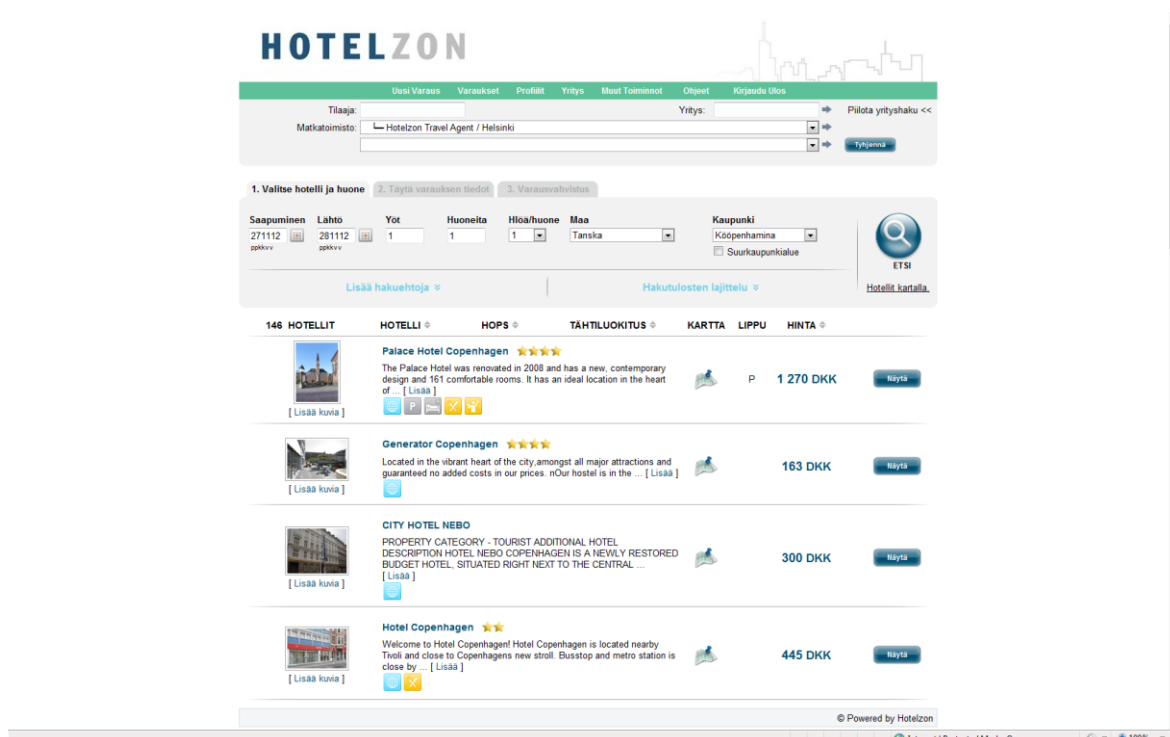
### 4.1 Hotelzon Corporate Online

Hotelzon Corporate Online on yrityksille tarkoitettu hotellivarausjärjestelmä, joka tarjoaa varattavaksi yli 140 000 hotelli ympäri maailman, välittömällä vahvistuksella. Hotelzon Corporate Online sisältää matkustajien henkilökohtaiset profiilit, yrityksen hierarkian ja laskutusosoitteet ja yrityksen käyttämät maksutavat. Järjestelmä tarjoaa monipuoliset mahdollisuudet ohjata ja priorisoida tarjontaa yrityksen matkustuspolitiikan mukaisesti, tehtyjä hotellisopimuksia tukien. Priorisointi voidaan tehdä yksittäisen hotellin ja yksittäisen kaupungin tasolla, vaikkapa niin, että tietyssä kaupungissa valitut kolme hotelliä näytetään aina hakutuloksissa ensin, sisäisessä hintajärjestyksessä, ja sen jälkeen muut vaihtoehdot hintajärjestyksessä. Hotelzon Corporate Onlinesta voi varata yrityksen omien sopimushintojen lisäksi kaikkia hotellien tarjoamia julkaistuja hintoja, ja tarjontaa voi ohjata myös hintatyypeittäin, esimerkiksi niin että näytetään valittujen hotellien osalta ainoastaan yrityksen sopimushinnat, tai niin että näytetään kaikki hinnat hintajärjestyksessä. Tietyt hintatyytit, esimerkiksi ennakoon maksettavat ja takaisinmaksun osalta rajoitetut hinnat voidaan sulkea kokonaan pois. Kaupunkikohtaiset tai kaikkia varauksia koskevat hintarajoitukset (hintakatot) ja yksittäisten hotellien tai ketjujen poistaminen tarjonnasta on myös mahdollista. Järjestelmään kirjaudutaan omilla käyttäjätunnuksilla, ja eri käyttäjäryhmille voidaan määritellä eritasoisia oikeuksia varausten, raportoinnin ja asetusten osalta. Järjestelmästä on tarjolla 19 eri kieliversiota, joista jokainen käyttäjä voi valita omansa. Hotelzon Corporate Onlinen ulkoasu on esitelty kuviossa 6.



Hotelzon Corporate Onlinen tärkeimmät ominaisuudet on lueteltu alla:

- Yli 144 000 hotellia maailmanlaajuisesti
- Markkinoiden kattavin hotellivalikoima pohjoismaissa – yli 600 hotellia Suomessa ja lähes 800 hotellia Ruotsissa
- Suorat rajapinnat suurimpiin hotelliketjuihin varmistavat parhaan mahdollisen saatavuuden
- Yrityksen tai yhteisön omat sopimushinnat ja päivän parhaat julkiset hinnat varattavissa
- Vahvistus sähköpostitse ja / tai tekstiviestinä suoraan matkustajalle
- Kalenterisynkronointi Microsoft Outlook ja Lotus Notes – varausvahvistus suoraan matkustajan kalenteriin
- Monipuoliset mahdollisuudet ohjata tarjontaa yrityksen tai yhteisön linjausten mukaisesti
- Mahdollisuus merkitä sopimushotellit ja sopimushinnat logolla
- 19 kielivaihtoehtoa
- Laskutusosoitteet, kustannuspaikat ja viitteet suoraan järjestelmästä matkustajien profiileihin
- Kattava raportointi, joka voidaan ajastaa lähetettäväksi sovituin väliajoin, sisältäen muun muassa vertailuraportin (Benchmark -raportin) asiakasyrityksen maksamasta keskihinnasta kaupungeittain verrattuna kaikkiin Hotelzonin kautta tehtyjen varausten keskihintaan ko. kaupungissa
- Ei varauskuluja
- Ei muutos- tai peruutuskuluja



Kuvio 6. Hotelzon Corporate Online Desktop-versiona.

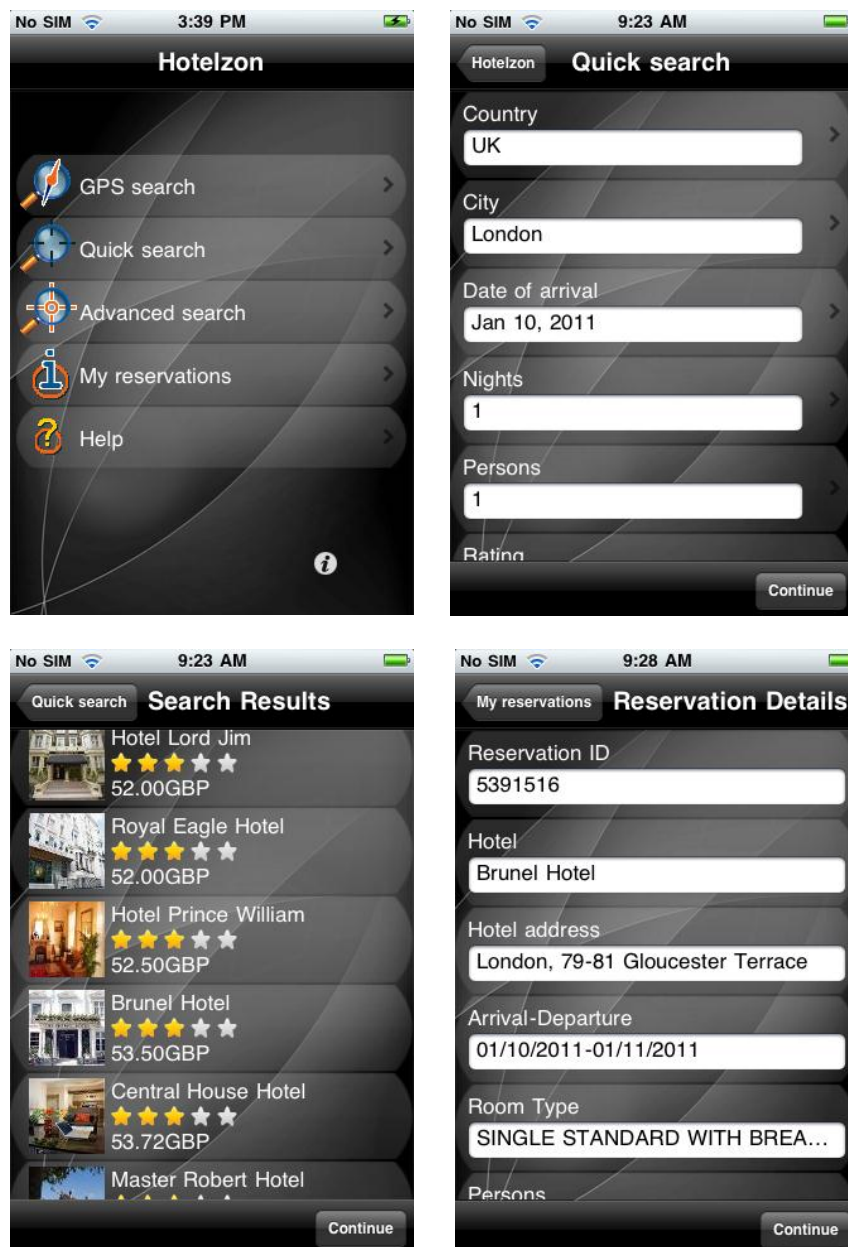
## 4.2 Hotelzon Mobile Client

Hotelzon toi ensimmäisen hotellivarauksiin tarkoitetun mobiilisovelluksen markkinoille jo vuonna 2006. Kyseessä oli tuolloin sovellus Nokian 9300- ja 9500-kommunikaattoreille sekä Pocket PC 2003 -käyttöjärjestelmää käyttäville laitteille. (Digitoday, 2006)

Hotelzon Mobile Client on Hotelzon Online-järjestelmän mobiilisovellus, joka mahdollistaa hotellien hakemisen, varaamisen ja peruuttamisen reaaliajassa yli 144 000 hotelliin maailmanlaajuisesti. Hotelzon Mobile Clientin ominaisuuksia ovat muun muassa GPS-haku välittömällä paikannuksella, pikahaku yksinkertaisilla kaupunki- ja maamäärittäyksillä, laajempi haku yksityiskohtaisilla hakukriteereillä sekä olemassaolevien varausten muuttaminen ja peruuttaminen. (Hotelzon, 2012)

Hotelzon Mobile Client on saatavilla kaikille merkittävälle alustoille, Symbianille, iOS:lle (iPhone), Android – puhelimille, Windows – puhelimille ja Blackberryn. Sovelluksen lataaminen tapahtuu Hotelzonin verkkosivuilta tai valmistajan ”sovelluskaupoista” (Applen App Store, Android Market, Ovi). Kuviossa 4 on esimerkki Hotelzon Mobile Clientin graafisesta ilmeestä iOS – käyttöjärjestelmässä. (Kuvio 7).

Mobiililaite, ja sitä kautta mobiilisovellus, voidaan kytkeä Hotelzon Online-järjestelmän yrityshierarkiaan tallentamalla laitteen IMEI-koodi profiliin. Kytkennän jälkeen mobiilisovelluksen kautta tehdyt varaukset raportoituvat yrityksen varausraportteihin ja yrityksen sopimushinnat tulevat varattaviksi mobiilisovelluksen kautta.



Kuvio 7. Hotelzon Mobile Client iOS.

#### 4.3 Mobiilioptimoitu Hotelzon Corporate Online

Mobiilisovellusten lisäksi Hotelzonilla on mobiilioptimoitu versio Hotelzon Corporate Online – varausjärjestelmästä (MHOL). MHOL:iin kirjaudutaan erillisen verkko-osoitteen kautta, ja se tarjoaa mobiilialustoille tarkoitetun, kevennetyn version varausjärjestelmästä älypuhelimien ja tablettien käyttäjille. MHOL ei sisällä aivan kaikkia Hotelzon Corporate Onlinen toimintoja, mutta sisältää yritysten kannalta tärkeimmät toiminnot kuten yrityksen sopimushinnat, matkustajan profilitiedot ja

varausten raportoinnin yrityksen varausraportteihin. Ulkoasu ja perustoiminnot on kuvattu kuviossa 8.

The figure consists of four screenshots of the Hotelzon Corporate Online interface. The top-left screenshot shows the login page with fields for Username, Password, and Domain, and a LOGIN button. The top-right screenshot shows the search page with fields for arrival date, departure date, number of rooms, country, city, and hotel name, and a SEARCH button. The bottom-left screenshot shows a list of hotels with their names, star ratings, and contract rates. The bottom-right screenshot shows the details of a specific hotel room, including the room type, contract rate, and contract rate.

**Hotelzon LOGIN**

Username:

Password:

Domain:

**LOGIN**

Welcome to Hotelzon

**Hotelzon** Suomi EUR

Saapuminen (ddMMyy): Yöt: 200912 1

Hlöä/huone: Huoneita: 1 1

Maa: Suomi

Kaupunki: Tampere

Hotelli:

☐ Search around selected city

**ETSI**

Search | Reservations | Logout

**HOTELZON**

20.09.2012, 1 night - Tampere Page 1 / 2

**SOKOS HOTEL ILVES** ★★★★★ 101 EUR

**SCANDIC TAMPERE CITY** ★★★★★ 121 EUR

**SOKOS HOTEL TAMMER** ★★★★★ 99 EUR

**HOTELLI VICTORIA** ★★★★★ 90 EUR

**SCANDIC ROSENDAHL** ★★★★★ 97 EUR

**HOTELZON**

20.09.2012, 1 night - Tampere

**SOKOS HOTEL ILVES**

STANDARD HUONE, SAVUTON, ERILLISET VUOTEET (MAX 2 HENKILOÄ)

Contract rate 101 EUR

STANDARD HUONE, SAVUTON, ERILLISET VUOTEET, LISÄVUODE YHDELLE (MAX 3 HENKILOÄ)

Contract rate 101 EUR

SUPERIOR HUONE, SAVUTON, ERILLISET VUOTEET (MAX 2 HENKILOÄ)

Contract rate 121 EUR

Kuvio 8. Mobiilioptimoitu Hotelzon Corporate Online.

## **5 Tutkimuksen toteutus ja tulokset**

Tässä luvussa esitellään tutkimusongelma, rajaukset, tutkimusmenetelmä ja tutkimuksen tulokset.

### **5.1 Tutkimusongelma**

Yritysten liikematkustukseen liittyvien majoitusten varaamiseen tarkoitettu mobiilisovellus on ollut markkinoilla jo pitkään, Hotelzon toi ensimmäisen version markkinoille jo vuonna 2006. Mobiilisovellusten kautta tehtyjä hotellivaroituksia on kuitenkin tähän saakka ollut melko vähän. Samanaikaisesti majoitusala ja yritykset käyvät erittäin aktiivista ja varsin vilkasta keskustelua mobiilivaraamisesta, ja vallalla on mielipide joka uskoo mobiililaitteiden kautta tehtävien varausten nopeaan kasvuun myös liikematkustuksessa. Tutkimusongelma rajautuu selvittämään yritysten todellisia näkemyksiä ja tarpeita mobiililaitteiden kautta tehtävistä hotellivaroituksista, tuoden faktatietoa toimeksiantajayrityksen päätöksenteon tueksi. Tutkimuksen ulkopuolelle on rajattu vapaa-ajan matkustus ja kuluttajat, sekä niin sanotut desktopversiot (pöydän äärestä käytettävät) itsevarausjärjestelmistä. Tutkimus käsittelee nimenomaan mobiilivaraamista ja ainoastaan liikematkustuksessa.

### **5.2 Tutkimuksen kohde**

Tutkimuksen kohteena ovat suomalaiset liikematkustuspalveluita käyttävät yritykset. Kysely on suunnattu sekä toimeksiantajayrityks Hotelzonin suomessa toimiville yritysasiakkaille että muille suomessa toimiville yrityksille joilla tiedetään olevan hotelliyöpymisiä merkittävässä määrin. Vastaajiksi on tavoiteltu liikematkustuksen hallinnoinnista, liikematkustukseen liittyvistä ostopäätöksistä tai mobiililaitteista ja – ohjeistuksista vastaavia henkilöitä.

### **5.3 Tutkimusmenetelmä**

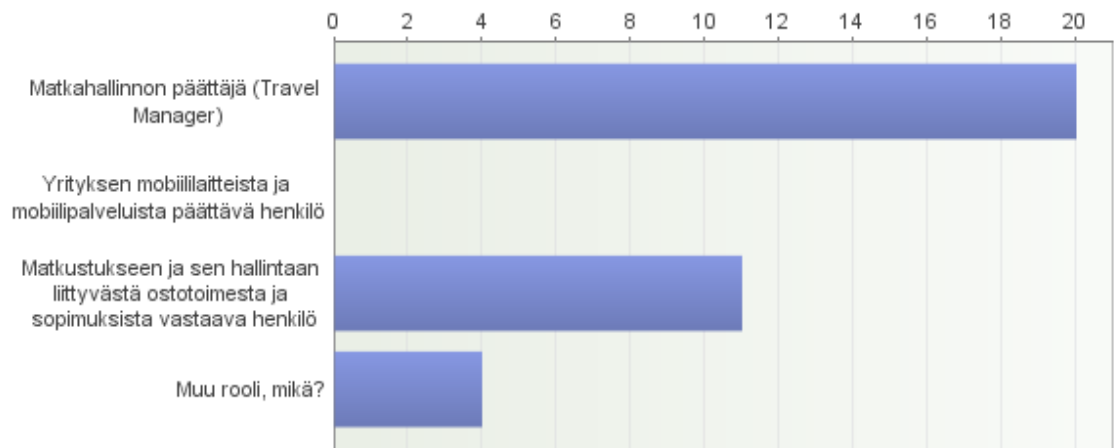
Tutkimus on tehty kvantitatiivisella menetelmällä, kyselytutkimuksena, toukokuussa 2012. Kysely lähetettiin 164 vastaanottajalle jotka edustivat 130 yritystä tai yhteisöä. Vastaukset kerättiin nimettöminä. Kyselyyn saatiin määräaikaan mennessä 35 vastausta.

Kvantitatiivinen menetelmä on valittu vertailukelpoisen, yhteneväisen tiedon varmistamiseksi. Kvalitatiivisista menetelmistä kysymykseen olisi voinut tulla haastattelututkimus, mutta tulosten yleistettävyyden kannalta päädyttiin kyselytutkimukseen. Kysymykset on valittu ja aseteltu siten, että ne ovat sovellettavissa neutraalisti ja yleisesti, eivätkä kysymykset näin ollen rajaudu koskemaan ainoastaan toimeksiantajayrityksen tuotteita. Kyselytutkimus on tehty Webropol – ohjelmistoa käyttäen. Kyselyn saatekirje ja ensimmäisen lähetyksen jälkeen lähetetyt kaksi muistutusta on lähetetty sähköpostitse.

#### **5.4 Tutkimuksen tulokset**

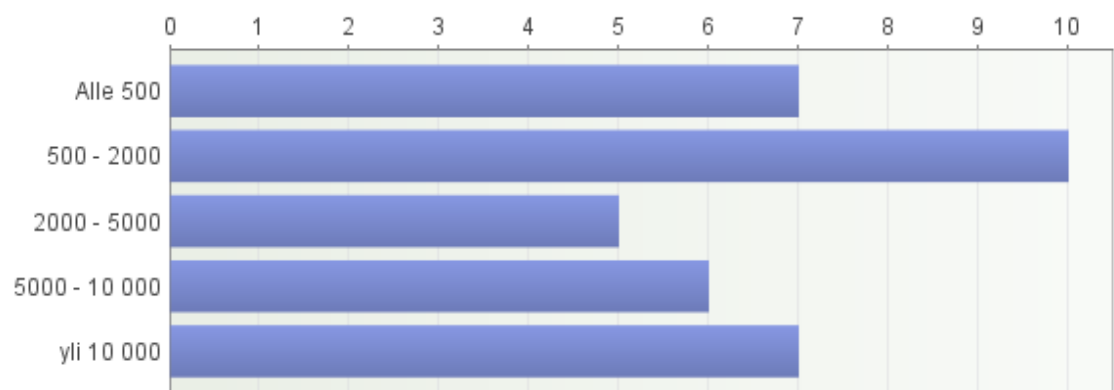
Kyselyyn saatiin määräaikaan mennessä 35 vastausta. Webropol – aineistosta on laadittu taulukoita ja sen lisäksi joistakin vastauksista on tehty ristiintaulukointia. Ristiintaulukoinnissa yrityksen on jaettu suuriin ja pieniin yrityksiin vuosittaisten majoitusvuorokausien perusteella.

Vastaajien roolit yrityksissä jakaantuivat siten, että 20 vastaajaa (58 prosenttia) ilmoitti roolikseen ”Matkahallinnon päättäjä” ja 11 vastaajaa (31 prosenttia) ilmoitti roolikseen ”Matkustuksen ja sen hallintaan liittyvästä ostotoimesta ja sopimuksista vastaava henkilö”. Roolimäärittelyn tarkoituksena on ollut erotella puhtaasti hankintapäätöksiä tekevät henkilöt käytännön toteutuksesta vastaavista henkilöistä. Neljä vastaajaa (11 prosenttia) ilmoittaa tehtäväkseen jonkin muun vaihtoehdon. Nämä olivat ”tilaaja”, ”matkustaja”, ”Travel & Event Assistant” ja ”taloussihteeri”. Yrityksen mobiililaitteista ja mobiilipalveluista vastaavia henkilöitä ei vastaajien joukossa ollut lainkaan. (Kuvio 9.)



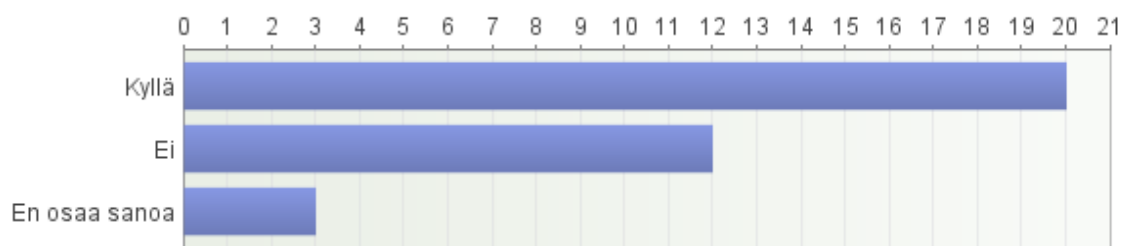
Kuvio 9. Vastaajien roolijakauma. (n=35)

Tulosten painoarvon kannalta haluttiin selvittää yrityksen majoitusvuorokaudet vuositasolla. 28 yritystä (80 prosenttia) ilmoittaa vuosittaisiksi majoitusvuorokausiksi yli 500 kappaletta. Yli 5000 majoitusvuorokauden yrityksiä oli joukossa 13 kappaletta, 37 prosenttia vastanneista. Valtaosa kyselyssä edustetuista yrityksistä edustaa näin ollen merkittävää vuosittaista hotellivarausrakennetta. (Kuvio 10.)



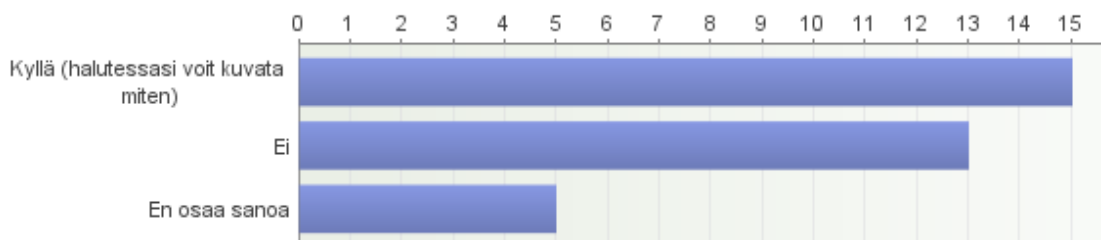
Kuvio 10. Kyselyyn vastanneiden henkilöiden edustamien yritysten majoitusvuorokaudet vuositasolla. (n=35)

Kysyttäessä matkapuhelinsovelluksiin liittyvästä ohjeistuksesta, 20 vastaajaa ilmoittaa edustamansa yrityksen tehneen linjauksia ja laatineen ohjeistuksia mobiilisovelluksiin liittyen. 12 vastaajaa ilmoittaa että heidän edustamissaan yrityksissä ei ole mobiilisovelluksiin liittyvää ohjeistusta, kolme vastaajaa ei osaa sanoa kantaansa. (Kuvio 11) .



Kuvio 11. Onko yrityksessänne mobiilisovelluksia koskevaa ohjeistusta? (n=35)

Jatkokysymyksenä edelliseen kysyttiin onko mobiilisovellusten latausta ja käyttöä rajoitettu yritysten toimesta. Tähän kysymykseen vastasi yhteensä 33 vastaajaa, joista 15 ilmoittaa rajoituksia olevan. Esimerkkeinä rajoituksista mainittiin ”rajoituksia ulkomail-la”, ”vain ICT-osastolla oikeus toimia pääkäyttäjänä ja ladata sovelluksia”, ”maksulliset sovellukset pitää tilata Service Deskin kautta ja hyväksyttää esimiehellä” ja ”rajoitukset vaihtelevat käyttäjäryhmittäin”. Avoimista vastauksista päätellen rajoituksia, valvontaa ja siihen liittyviä prosesseja on suurimmissa yrityksissä. 12 vastaajaa ilmoitti että rajoituksia ei ole ja kolme vastaajista ei osannut sanoa onko yrityksessä sovellusten lataamiseen ja käyttöön liittyviä rajoituksia. (Kuvio 12.)



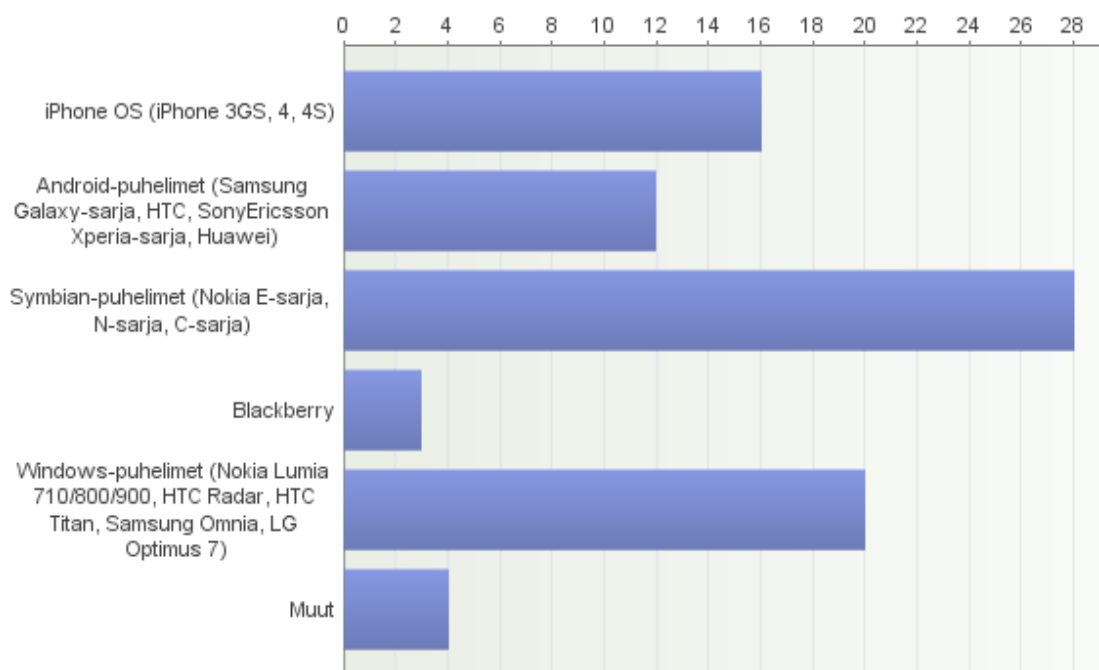
Kuvio 12. Onko mobiilisovellusten käyttöä ja lataamista rajoitettu? (n=33)

Kyselyssä haluttiin selvittää myös yritysten matkapuhelinkantaa käytettävän käyttöjärjestelmän mukaan, nyt ja lähitulevaisuudessa. Laitekantaa koskevissa kysymyksissä annettiin mahdollisuus valita useampia vaihtoehtoja, jo pelkästään siitä syystä että lähtökohtana oli oletamus että yritysten laitekanta harvemmin on täysin homogeeninen.

Ensimmäisen laitekantaa koskevan kysymyksen, ”Yrityksessänne käytössä oleva matkapuhelinkanta tällä hetkellä”, vastaukset kertovat Nokian perinteisestä, näihin päiviin asti ulottuvasta vahvasta asemasta suomessa toimivien yritysten matkapuhelinkannassa.

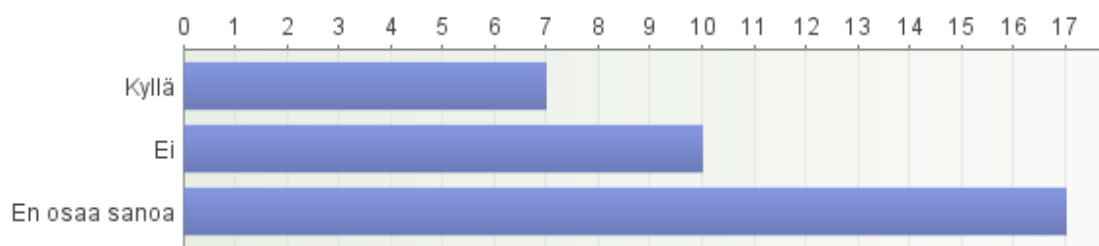


Siitä huolimatta että laitekantaa on kysytty käyttöjärjestelmän mukaan, ovat myös laitevalmistajat luettavissa vastauksista. Symbian- ja Windows – puhelimet saavat 48 mainintaa yhteensä 83:sta maininnasta. Android-puhelimet saivat 12 mainintaa ja iPhone OS –puhelimet 16 mainintaa. Kolme mainintaa kuvastaa Blackberryn vaatimatonta asemaa Suomessa ja markkinoilla yleensä. (Kuvio 13.)



Kuvio 13. Vastaajien edustamien yritysten laitekanta toukokuussa 2012.

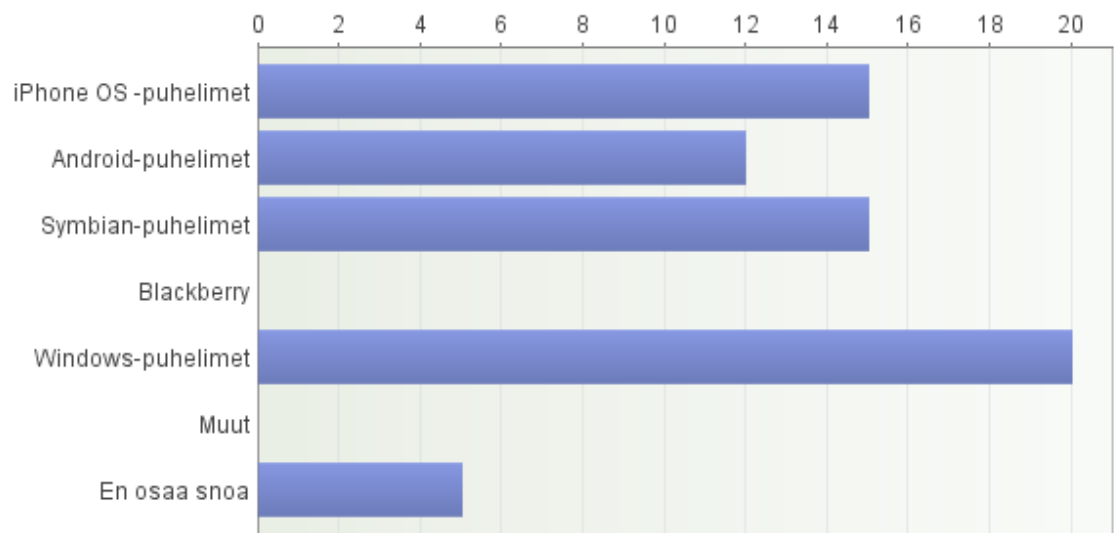
Edellisen kysymyksenasettelun oletamus heterogeenisestä laitekannasta ja sen mahdollinen muuttuminen lähitulevaisuudessa haluttiin selvittää erillisellä kysymyksellä, ”Tullaanko yrityksessänne siirtymään yhden käyttöjärjestelmän tai valmistajan laitekantaan lähitulevaisuudessa?”. Vastaajista ainoastaan seitsemän ilmoitti edustamansa yrityksen varmuudella siirtyvän yhden käyttöjärjestelmän tai valmistajan laitekantaan. 10 vastaajaa kertoi että tällaisia suunnitelmia ei ole. 17 vastaajaa, puolet kaikista vastaajista, ei osaa sanoa edustamiensa yritysten suunnitelmista laitekannan suhteen. (Kuvio 14.)



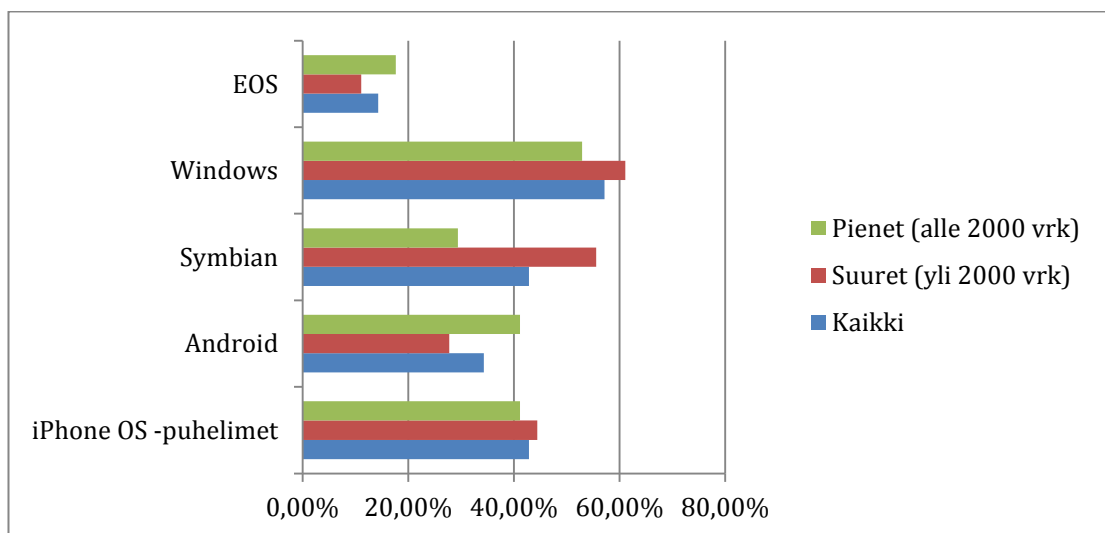
Kuvio 14. Tullaanko yrityksessänne siirtymään yhden käyttöjärjestelmän tai valmistajan laitekantaan lähitulevaisuudessa? (n=34)

Laitekannassa tapahtuvia lähitulevaisuuden muutoksia selvitettiin kysymyksellä ”Arvio yrityksessänne käytössä olevasta matkapuhelinkannasta lähitulevaisuudessa (0-18 kk) käyttöjärjestelmän mukaan”. Tähän kysymykseen vastanneita on hieman yllättäen yksi enemmän kuin kysymyksen joka koski laitekantaa tällä hetkellä, vastaajia on täydet 35 kappaletta. Mainintoja on kuitenkin vähemmän, 67 kappaletta verrattuna edellisen kysymyksen 83:een.

Vastaukset osoittavat että Blackberry poistuu kokonaan yritysten laitekannasta ja Symbian- puhelinten osuus vähenee selvästi. Tämä kuvastaa markkinoilla vallitsevaa tilannetta hyvin. Windows- ja Android- puhelimet saavat saman määrän mainintoja kuin kysymyksessä jossa kysyttiin nykyistä laitekantaa, iPhone OS- puhelimet yhden maininnan vähemmän. (Kuvio 15.) Johtopäätös yritysten laitekantaa koskeviin kysymyksiin on se, että laitekanta näyttää säilyvän heterogeenisenä seuraavan puolentoista vuoden aikana. Vastausten tarkempi analyysi osoittaa että Symbian- puhelimet poistuvat suuremmista yrityksistä pienempiä yrityksiä hitaammin. Kuviossa 12 vastaukset on ryhmitelty kahteen ryhmään, alle 2000 majoitusvuorokautta vuodessa käyttäviin yrityksiin (pienet) ja yli 2000 vuorokautta vuodessa käyttäviin yrityksiin (suuret). Suurista yrityksistä 55,56 prosenttia mainitsee Symbianin osaksi matkapuhelinkantaansa seuraavien 18 kuukauden aikana, kun taas pienistä yrityksistä ainoastaan 29,41 prosenttia mainitsee Symbianin lähitulevaisuudessa. Toinen suurehko ero löytyy Android- puhelinten kohdalla. Pienistä yrityksistä 41,18 prosenttia mainitsee Android- puhelimet osana matkapuhelinkantaansa lähitulevaisuudessa, kun taas suurten yritysten joukosta 27,78 prosenttia mainitsee Androidin. (Kuvio 16.)



Kuvio 15. Arvio yrityksessänne käytössä olevasta matkapuhelinkannasta lähitulevaisuudessa (0-18 kk) käyttöjärjestelmän mukaan. (n=35)

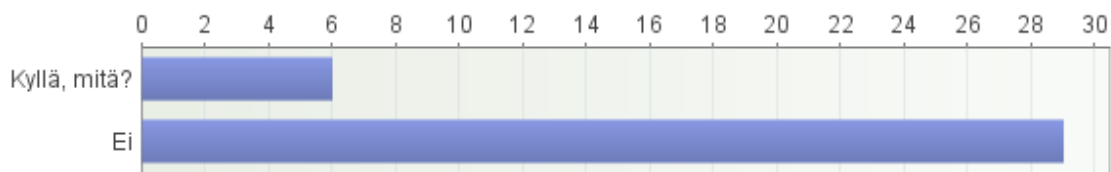


Kuvio 16. Lähitulevaisuuden matkapuhelinkannan painotukset ryhmittäin.

Kyselyn seuraavassa osiossa siirryttiin selvittämään liikematkustukseen, ja erityisesti hotellivaraamiseen tarkoitettujen mobiilisovellusten käyttöön liittyviä asioita.

Kysymykseen liikematkojen varaamiseen tarkoitetuista mobiilisovelluksista valtaosa vastaajista kertoo että heidän edustamillaan yrityksillä ei ole käytössä yrityksen suosittelemia ja hyväksymiä, liikematkojen varaamiseen tarkoitettuja mobiilisovelluksia. Viides-

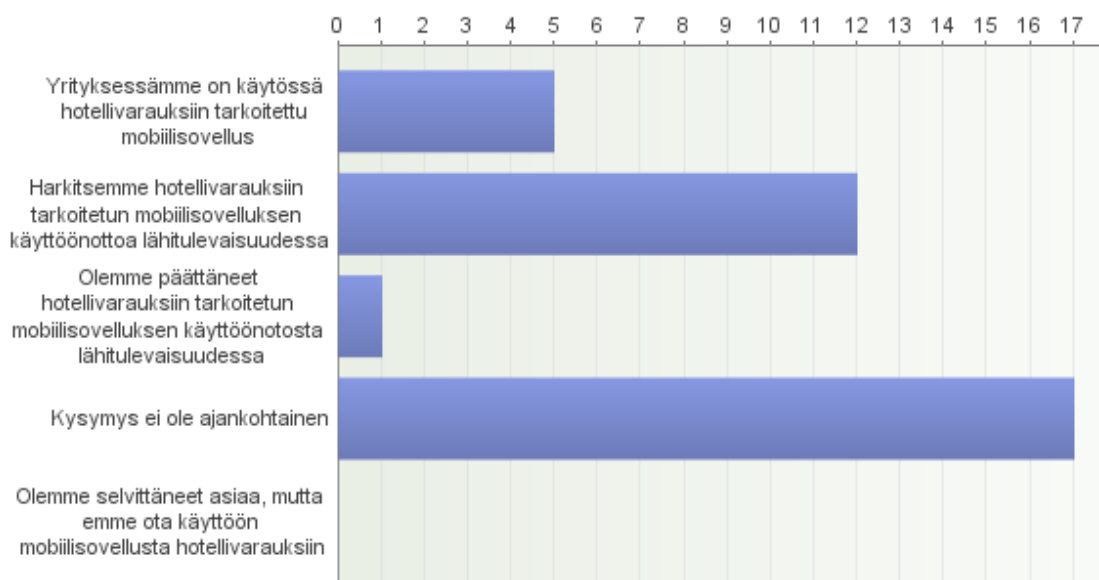
sä yrityksessä on käytössä Hotelzonin varaussovellus Hotelzon Mobile Client ja yksi vastaaja mainitsee ”matkatoimiston Amadeuksen”. (Kuvio 17)



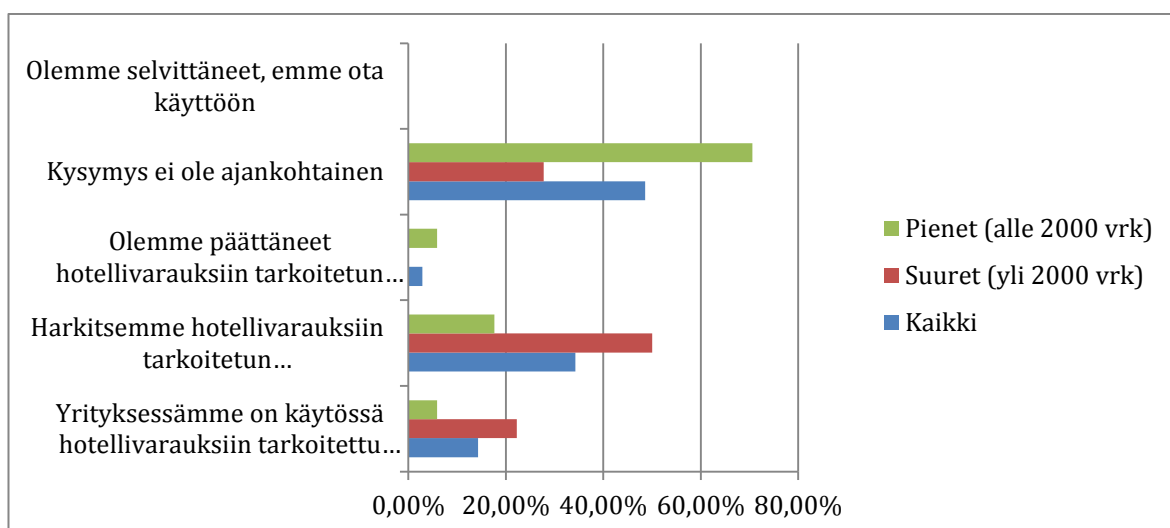
Kuvio 17. Onko yrityksessänne käytössä yrityksen suosittelemia ja hyväksymiä, liike-  
matkojen varaamiseen tarkoitettuja mobiilisovelluksia? (n=35)

Kysely jatkuu väittämällä nimenomaan hotellivaraukseen tarkoitettun mobiilisovelluksen tilanteesta yrityksissä. Edellisen kysymyksen viisi yritystä joilla varaussovellus on käytössä näkyvät myös tässä. Tarkoituksellinen painotusero kysymysten välillä oli erotella liikematkustus yleisesti ottaen ja hotellivaraukset erityisesti. Vastauksista käy ilmi että hieman yli puolet vastanneista yrityksistä on päättänyt, harkitsee tai on jo ottanut käyttöön hotellivarauksiin tarkoitettun mobiilisovelluksen. Samanaikaisesti vajaa puolet vastaajista ilmoittaa että kysymys ei ole ajankohtainen. Kukaan vastaajista ei kerro että asiaa olisi selvitetty ja sen jälkeen päätetty olla ottamatta mobiilia varaustapaa käyttöön. (Kuvio 18).

Vastausten tarkempi analyysi tuo esiin selviä eroja suurten ja pienten yritysten välillä. Kuviossa 11 vastaukset on ryhmitelty jo edellä käytettyihin kahteen ryhmään, alle 2000 majoitusvuorokautta vuodessa käyttäviin yrityksiin (pienet) ja yli 2000 vuorokautta vuodessa käyttäviin yrityksiin (suuret). Pienistä yrityksistä 70,6 prosenttia kertoo että kysymys mobiilista hotellivaraamisesta ei ole ajankohtainen. Vastaavasti vain 27,8 prosenttia suurista yrityksistä vastaa samoin. Hotellivarauksiin tarkoitettun mobiilisovelluksen käyttöönottoa harkitsee 50 prosenttia suurista yrityksistä mutta vain 17,6 prosenttia pienistä yrityksistä. 72,2 prosenttia suurista yrityksistä joko harkitsee tai on jo ottanut käyttöön mobiilin varaustoiminnallisuuden hotellivarauksiin. Uusia päätöksiä käyttöönotosta ei sen sijaan ole tutkimushetkellä tehty. (Kuvio 19).



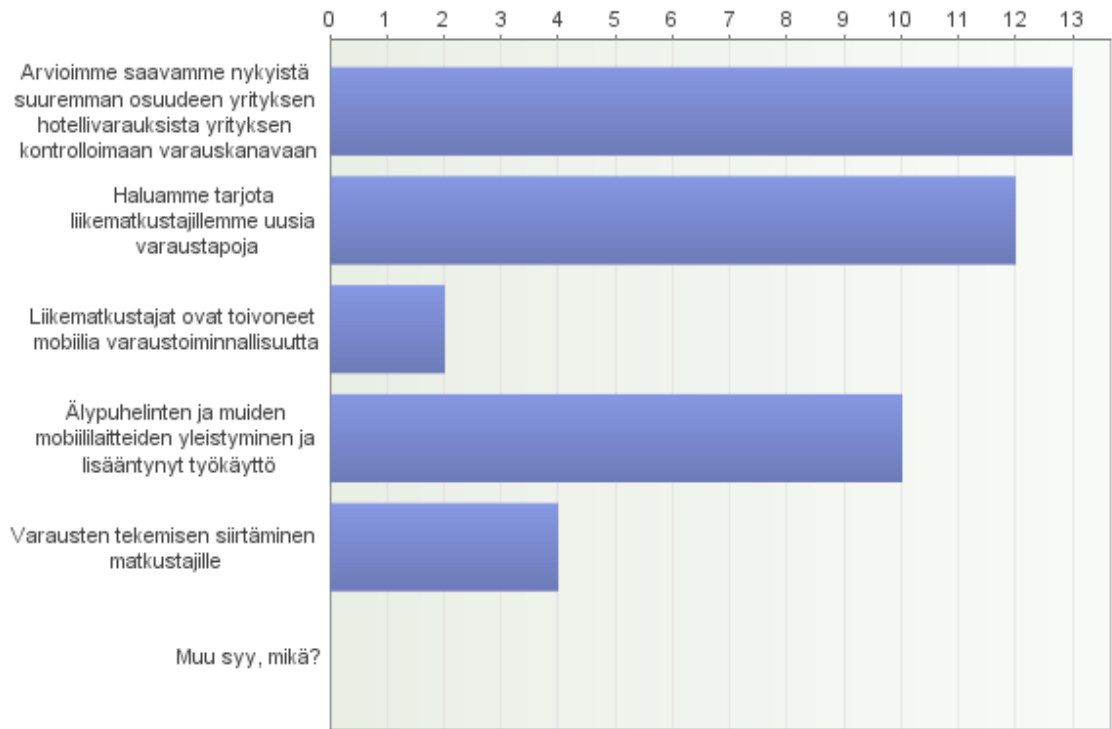
Kuvio 18. Mobiilisovellus hotellivarauksiin. (n=34)



Kuvio 19. Mobiilisovellus hotellivarauksiin, jakaantuminen ryhmittäin.

Kysely jatkuu vastausten perustelujen tarkemmalla selvittämisellä. Vastaajia, jotka ilmoittivat harkitsevansa hotellivarauksiin tarkoitetun mobiilin varaustoiminnallisuuden käyttöä tai joiden edustamissa yrityksissä sellainen on jo käytössä, pyydettiin selvittämään päätösten perusteita tarkemmin. Selvästi suurimmaksi motiiviksi ilmoitettiin varausten tehokkaampi ohjaaminen yrityksen hyväksymiin ja kontrolloimiin varauskanaviin. Väittämä ”Arvioimme saavamme nykyistä suuremman osuuden yrityksen hotellivarauksista yrityksen kontrolloimaan varauskanavaan” saa eniten mainintoja, 13 kappaletta. Lähes yhtä monta mainintaa, 12 kappaletta, saa väittämä

”Haluamme tarjota liikematkustajillemme uusia varaustapoja”. Kolmanneksi eniten mainintoja kerää mobiililaitteiden lisääntyneeseen työkäyttöön liittyvä väittämä. Varausten siirtäminen erillisiltä matkanvaraajilta matkustajien itsensä tehtäväksi kerää neljä mainintaa. Tutkimustulosten mukaan liikematkustajat eivät mainittavasti ole esittäneet toivomuksia mobiilista hotellivaraustoiminnallisuudesta yritystensä sisällä, tämä vastusvaihtoehto kerää ainoastaan kaksi mainintaa. (Kuvio 20).



Kuvio 20. Mobiilin hotellivaraustoiminnallisuuden käyttöönottamisen tärkeimmät syyt. (n=35)

Vastaajat, jotka ilmoittivat edellä että mobiilisovelluksen käyttö hotellivarauksiin ei ole ajankohtaista, tai asiasta on yrityksessä kielteinen päätös, ohjattiin suoraan kysymykseen jossa oli mahdollisuus perustella vastausta vapaamuotoisesti. Kysymyksen muoto oli seuraava: ”Mikäli hotellivaraussovelluksen käyttö ei ole ajankohtaista tai yrityksessänne on päätetty olla ottamatta mobiilisovellusta käyttöön, mitkä tekijät ovat vaikuttaneet asiaan?” Tähän kysymykseen saatiin kuvion 21 osoittamat vastaukset, yhteensä 13 vastaajalta.

Yöpymismäärämme ovat suhteellisen pieniä emmekä ole mobiilisovellusten käytössä muutoinkaan edelläkävijöitä.
Nykyisellä matkustus- ja matkustajaprofiililla katsomme nykyratkaisujen olevan riittäviä eivätkä mobiiliratkaisut tuo olennaista lisäarvoa.
Vähän matkustamista.
Meillä on keskitetty matkavaraukspalvelu, joka hoitaa varauksen online-palvelun kautta.
Matkasihteerit hoitavat varaukset keskitetysti.
Suhteellisen vähäinen majoitusvuorokausien määrä.
Ainakin toistaiseksi matka- ja hotellivaraaminen hoidetaan yrityksessämme keskitetysti.
Hotellivaraukset hoidetaan matka-assistenttien kautta, joilla on käytössä online-varausjärjestelmiä.
En osaa sanoa, asiaa ei ole pohdittu ainakaan minun tietääkseni.
Matkustajamme eivät ole ilmaisseet tarvetta ko. palveluille, eikä matkatoimistomme-kaan ole markkinoineet sopivia mobiilisovelluksia.
Matkustus melko vähäistä
Meidän tyyppisellä matkustuksella se tuskin toimisi käytännössä, ainakaan lähitulevaisuudessa.
Olemme uudistaneet konsernin matkustuspolitiikkaa ja sen implementointi on vielä osin kesken, mm. hotellivaraukset hoidetaan Keski-Euroopassa pääosin puhelimitse. Suomi on ollut näissä edelläkävijä, mutta nyt joudumme odottelemaan muita konsernin yksiköjä, että tottuvat itsevarauskäytäntöön, vielä ei siis aika edetä mobiiliratkaisuihin.

Kuvio 21. Avoimet vastaukset.

Lopuksi vastaajia pyydettiin arvioimaan mobiilisovellukselta tai mobiililta varaustoiminnallisuudelta toivottavia ominaisuuksia. Osa tarjotuista vaihtoehtoista on Hotelzonin nykyisen mobiilisovelluksen ominaisuuksia, osa seuraavan version suunniteltuja ominaisuuksia ja osa varsinaisen Hotelzon Online desktop-version ominaisuuksia. Vastaajia pyydettiin arvioimaan kutakin ominaisuutta asteikolla 1) ”Ei lainkaan tärkeä”, 2) ”Ei ratkaiseva ominaisuus”, 3) ”Tärkeä” ja 4) ”Erittäin tärkeä”. Kysymyksessä annettiin mahdollisuus nimetä myös jokin muu ominaisuus listattujen lisäksi. Keskiarvon avulla voidaan helposti todeta mitkä ominaisuudet on koettu

tärkeimmiksi.. Korkeimman keskiarvon, 3,94, saa väittämä ”Sovellus tuo tarjolle yrityksen sopimushinnat”. Tämän ominaisuuden on arvioinut erittäin tärkeäksi 33 vastaajaa ja tärkeäksi kaksi vastaajaa. Kukaan vastaajista ei ole pitänyt tätä ominaisuutta yhdentekevänä tai tarpeettomana.

Toiseksi korkeimman keskiarvon, 3,74, saa väittämä ”Varaukset tilastoituvat yrityksen raportointiin”. Alhaisimman keskiarvon, 2,35, saa väittämä ”Varaushistoria saatavilla”. Kysymys kirjautumisesta jakaa vastaajien mielipiteet. Väittämä on asetettu muotoon ”Sovellus ei vaadi erillistä kirjautumista”. 13 vastaajaa on valinnut vaihtoehdon ”Ei ratkaiseva ominaisuus” ja 15 vastaajaa on valinnut vastausvaihtoehdon ”Tärkeä”.

Vastaavankaltainen vastausten jakaantuminen nähdään väittämässä ”Yksityiskohtaiset hakukriteerit (kuten hintaan, postinumeroon, tähtiluokitukseen tai hotellin nimeen perustuva haku)”. Tätä ominaisuutta pitää tärkeänä tai erittäin tärkeänä 17 vastaajaa, kun taas 17 vastaajaa arvioi että kysymyksessä ei ole ratkaiseva ominaisuus. Mobiilisovelluksen ominaisuuksien arviointi ennalta määriteltujen vaihtoehtojen osalta on esitetty kuviossa 23.

Vastaajille annettiin myös mahdollisuus ehdottaa muita kuin kyselyssä valmiiksi mainittuja ominaisuuksia, ja arvioida ehdottamiensa ominaisuuksien tärkeyttä. Kuusi vastaajaa ehdotti uusia ominaisuuksia, arvioiden omat ehdotuksensa joko tärkeäksi tai erittäin tärkeäksi ominaisuudeksi. Yhdeksi ominaisuudeksi tarjottiin käytön tukipalveluja, joka ei varsinaisesti ole sovelluksen ominaisuus, vaan nimensä mukaisesti tukipalvelu. (Kuvio 22).

Käytön tukipalvelut 24/7	Tärkeä
Turvallinen käyttää ja luottokorttinumeron käsittely turvallista	Tärkeä
Mahdollisuus ”tallettaa” keskeneräinen varaus, esimerkiksi saapuvan puhelun tai palaverin takia	Tärkeä
Käytettävyys myös Windows Phonessa (Lumia)	Erittäin tärkeä
Sovellukset toimivat häiriöttä	Erittäin tärkeä
Tärkein: Helppokäyttöinen ja nopea tapa varata	Erittäin tärkeä

Kuvio 22. Vastaajien ehdottamat ominaisuudet.



	Ei lain- kaan tärkeä	Ei ratkai- seva ominai- suus	Tärkeä	Erittäin tärkeä	Yhteensä	Keskiarvo
Sovellus ei vaadi erillistä kirjautumista	3	13	15	4	35	2,57
Sovellus tuo tarjolle yrityksen sopimushinnat	0	0	2	33	35	3,94
Yrityksen sopimushinnat on selkeästi merkitty	0	0	5	30	35	3,86
Yrityksen määrittelemä hotellijärjestys hakutuloksissa (Hotel Policy)	0	5	11	19	35	3,4
Yrityksen määrittelemä hintajärjestys ja hintavalikoima hakutuloksissa (Rate Policy)	0	6	16	13	35	3,2
Sovellukselle tyypillinen yksinkertaisuus (vs. mobiili- lioptimoitu verkkosivu)	0	0	13	21	34	3,62
Karttahaku (mobiililaitteen sijaintiin perustuva hotel- lihaku lähiympäristöstä)	0	8	17	10	35	3,06
Yrityksen toimipisteet näkyvissä kartalla	4	12	14	6	36	2,61
Yksityiskohtaiset hakukriteerit (kuten hintaan-, posti- numeroon-, tähtiluokituksen- tai hotellin nimeen perustuva haku)	0	17	15	2	34	2,56
Mahdollisuus peruuttaa varaus	0	0	8	27	35	3,77
Mahdollisuus muuttaa olemassaolevaa varausta	0	1	10	24	35	3,66
Varaushistoria saatavilla	2	19	12	1	34	2,35
Luottokorttimaksujen lisäksi käytettävissä muut maksu- ja takaustavat (matkatili, virtuaalinen luotto- kortti)	3	14	12	7	36	2,64
Varaukset tilastoituvat yrityksen varausraportteihin	0	0	9	26	35	3,74
Sovelluksen yrityskohtainen räätälöintimahdollisuus	0	8	23	4	35	2,89
Yrityskohtaiset lisäkentät, kuten omat viitteet varauk- seen	0	9	17	9	35	3
Mahdollisuus suojata sovellus PIN-koodilla	0	9	19	7	35	2,94
Mahdollisuus integroida varaussovelluksen toiminnot muihin sovelluksiin	1	13	15	6	35	2,74
Kaikki hotellivarauksiin käytettävän online- järjestelmän profiilitiedot ja käyttäjäkohtaiset asetukset käytettävissä myös mobiilisovelluksessa	0	4	19	11	34	3,21
Muu ominaisuus, mikä?	0	0	3	3	6	3,5
Yhteensä	13	138	255	263	669	3,16

Kuvio 23. Mobiilisovellukselta toivottavien ominaisuuksien arviointi.

## 6 Pohdinta ja kehitysehdotukset

Keskustelu mobiiliratkaisuista matkailualalla käy vilkkaana. Suomen liikematkayhdistys FBTA järjestä asiasta seminaarin MATKA2012-messujen Hot Topic tilaisuudessa tammikuussa 2012 ja lokakuun 2012 FBTA-seminaarin aiheena oli niin ikään liikematkustukseen liittyvät mobiilisovellukset. Hotel Marketingin uutiskirje ja muut kansainväliset hotellialan verkkosivustot ja uutispalvelut käsittelevät mobiileja varauskanavia useita kertoja viikossa eri näkökulmista. Useimmiten näkökulma lähtee hotellien ja hotelliketjujen jakelukanavastrategioista ja painottuu kuluttajapuolen mobiiliratkaisuihin. Liikematkustuspuolella keskustelun pääpaino on informatiivista sisältöä tuottavissa mobiilisovelluksissa, esimerkiksi varausvahvistusten, turvallisuustiedotteiden ja kohdevinkkien toimittamisessa matkustajalle. Yritysten ja matkatoimistojen käyttöön tarkoitetuista, varaustoiminnallisuuden sisältävistä sovelluksista keskustellaan melko vähän, osittain varmasti siksi että suurempien yritysten käyttöön soveltuvia tuotteita on toistaiseksi tarjolla rajoitetusti. Keskustelua siis käydään ja siirtyminen mobiilimaailmaan näyttää selvästi olevan käynnissä. Tutkimustulosten mukaan 50 prosenttia suurista yrityksistä harkitsee hotellivarauksiin tarkoitetun mobiilisovelluksen käyttöönottoa. Vastaava luku pienten yritysten kohdalla on ainoastaan 17,6 prosenttia. Toisaalta asiassa on tapahtunut vasta hyvin vähän, ainoastaan 14 prosenttia kyselyyn vastanneista yrityksistä (5 yritystä) kertoo että mobiili hotellivarausratkaisu on jo käytössä.

### 6.1 Sovellus vai mobiilioptimoitu versio varausjärjestelmästä?

Kaikki vastaajat, yhtä lukuun ottamatta, pitävät sovellukselle tyypillistä helppokäyttöisyyttä tärkeänä tai erittäin tärkeänä. Kysymyksenasettelu on kieltämättä johdatteleva, mutta vastaajat ovat yksimielisiä sitä mieltä että juuri heidän käyttämälleen laitteelle tarkoitettu ja suunniteltu sovellus on käyttökokemuksen kannalta tärkeä. Hotelzonin nykyiset, alustakohtaiset mobiilisovellukset ja mobiilioptimoitunut varausjärjestelmäversion (MHOL) erottaa toisistaan myös kirjautumiskäytäntö. Sovellukset eivät vaadi sovelluksen lataamisen jälkeen erillistä kirjautumista, kun taas MHOL vaatii kirjautumisen. Älypuhelimien tai tabletin välimuisti muistaa kuitenkin käyttäjätunnuksen ja salasanan jos välimuistia ei tyhjennä. MHOL löytyy verkosta,

tietystä osoitteesta. Käyttäjän tulee siis käytön helpottamiseksi tallettaa kyseinen verkko-osoite kirjanmerkkinä tai luoda linkille pikakuvake älypuhelimien tai tabletin näytölle jos laitemalli tarjoaa tämän mahdollisuuden. Ehdottoman tärkeänä kehityskohteenä toimeksiantajalle esitän Hotelzonin verkkosivujen muuttamista siten, että verkkosivu tunnistaa mobiililaitteen käyttäjän, ja ohjaa käyttäjän joko mobiilioptimoidulle Hotelzonin verkkosivustolle tai MHOL:iin, käyttäjälle tarjottavan valinnan perusteella.

Käyttäjät toivovat siis sovellukselle tyypillistä, omalle laitteelle suunniteltua toiminnallisuutta ja toimintalogiikkaa ("sovellukselle tyypillinen käytön helppous"). Tämä tarkoittaa sitä, että käyttäjät eivät halua käyttökokemusta jossa ruudun näkymää joutuu selaamaan edes takaisin tai suurentamaan jotta ruudulla olevia tekstejä voi lukea. Sovellukselle ominainen helppokäyttöisyys pitää sisällään myös kullekin käyttöjärjestelmälle tyypillisten valikkojen ja selaustoimintojen hyödyntämistä tietojen täyttämässä.

Sovellusten kehittäminen kullekin käyttöjärjestelmälle ja alustalle erikseen on kallista ja aikaa vievää. Käyttöjärjestelmäkohtaiset sovellukset ovat myös herkkiä laitevalmistajien tekemille muutoksille. Laitevalmistajan tekemä muutos esimerkiksi tietojen kryptauksessa (salauksessa) voi aiheuttaa sen että sovellus lakkaa toimimasta toivotulla tavalla.

HTML5 – teknologiaa hyödyntäen on mahdollista luoda eräänlaisia sovelluksen ja mobiilioptimoidun verkkosivun välimuotoja, niin kutsuttuja hybridejä. Hybridin etu yrityksen näkökulmasta on se, että aikaa vievä ja kallis kehitystyö kullekin käyttöjärjestelmälle (alustalle) jää pois. Hybridin perusta kehitetään kerran ja päivitykset tehdään yhteen sovellukseen. Käyttöjärjestelmäkohtaiset "kääreet" (platform specific wrappers) lisäävät perinteisen sovelluksen tuntua käyttökokemukseen.

HTML5:een perustuva hybridi ja MHOL:n edelleen kehittäminen vaikuttaa parhaalta yhdistelmältä jatkoa ajatellen. Jatkotutkimuksena suosittelen loppukäyttäjien käyttökokemusten selvittämistä uusien mobiiliratkaisujen lanseeraamisen jälkeen.

## 6.2 Mobiilivaraamisen ominaisuudet ja toiminnot

Kyselyn tulokset vahvistavat odotetusti että yritykselle tärkeimpiä ominaisuuksia mobiilivaraamisessa, kuten liikematkustukseen liittyvissä hotellivarauksissa yleensä, ovat että yrityksen omat sopimushinnat ovat varattavissa, matkustussääntö toteutuu ja varauskäyttäytyminen on todennettavissa raporteista. Nämä asiat on huomioitu Hotelzonin nykyisissä mobiilisovelluksissa ja MHOL:ssa melko hyvin. Molemmat tuovat tarjolle yrityksen sopimushinnat ja näitä kanavia käyttäen tehdyt varaukset tilastoituvat yrityksen kokonaisraportointiin.

Kyselyn tulokset korostavat ohjaamisen merkitystä yrityksissä myös mobiilissa varauskanavassa. Yrityksen määrittelemä hotellijärjestys hakutuloksissa on 88 prosentille vastaajista tärkeä tai erittäin tärkeä ominaisuus. Samoin yritysten omien sopimushintojen selkeä merkitseminen myös mobiilissa kanavassa on tärkeä tai erittäin tärkeä ominaisuus täydelle sadalle prosentille vastaajista. Toimeksiantaja on huomionnut nämä ominaisuudet suunnitelmissaan, ja tutkimustulos vahvistaa ohjaamiseen ja matkustuspolitiikkaan liittyvien ominaisuuksien olevan tärkeysjärjestyksen kärjessä. Mahdollisuus muutosten tekemiseen ja varausten peruuttamiseen koetaan tutkimuksen perusteella myös tärkeiksi ominaisuuksiksi, asteikolla 1- ”Ei lainkaan tärkeä” - 4 ”Erittäin tärkeä” nämä ominaisuudet saavat tutkimuksessa keskiarvot 3,66 ja 3,77. Sen sijaan varaushistorian saatavuus mobiilissa ei vaikuta olevan yrityksille kovinkaan tärkeä asia. Erittäin tärkeänä asiaa pitää ainoastaan yksi vastaaja, toisin sanoen 2,8 prosenttia kaikista vastaajista. Noin 63 prosenttia vastaajista arvioi että ominaisuus ei ole ratkaiseva tai lainkaan tärkeä. Yrityksen näkökulmasta on tärkeämpää että mobiiliratkaisujen kautta tehdyt tilastoituvat yrityksen kokonaisraportointiin. Jos varaushistorian tärkeyttä kysyttäisi käyttäjiltä, vastaukset voisivat olla toisenlaisia. Varaushistoria on toisaalta aina saatavilla desktopversiosta mikäli tietoa tarvitsee, ja tarve tälle tiedolle ei oletettavasti ole kovinkaan olennainen mobiilina käyttökokemuksena. Hotelzon Corporate Online tarjoaa myös mahdollisuuden kalenterisynkronointiin Lotus Notes- ja Outlook – kalentereihin. Jos käyttäjällä on tämä asetus ja kalenterisynkronointi kalenterin ja mobiililaitteen kalenterin välillä aktivoituna, löytyvät sekä tulevat että menneet varaukset mobiililaitteen kalenterista.

Kirjautumisen ja turvallisuuden osalta tutkimustulokset ja havainnot eivät ole yksiselitteisiä. Kysymys ”Sovellus ei vaadi erillistä kirjautumista” jakaa vastaajien mielipiteet siten, että 54 prosenttia vastaajista pitää tätä tärkeänä tai erittäin tärkeänä, kun taas 46 prosenttia toteaa että tämä ei ole ratkaiseva ominaisuus tai lainkaan tärkeä ominaisuus. Mahdollisuutta suojata sovellus PIN-koodilla pitää tärkeänä tai erittäin tärkeänä 74 prosenttia vastaajista. Johtopäätös on se, että sovelluksen tulee tarjota mahdollisuus suojaukseen joka on käyttäjäkohtaisesti asetettavissa päälle tai pois, ja samanaikaisesti yksittäisten käyttökertojen tulisi käynnistyä mahdollisimman yksinkertaisesti ja jouhevasti. Hotelzonin nykyiset käyttöjärjestelmäkohtaiset sovellukset kytketään asiakasyritykseen IMEI- linkityksen avulla, jolloin erillistä kirjautumista sovelluksiin ei tarvita. Itse sovellusta ei voi suojata, mutta mobiililaitteen voi suojata pääsykoodilla jolloin kaikki laitteen sisältävät sovellukset ovat suojattuja väärinkäytön varalta.

### **6.3 Mobiilivaraamiseen siirtyminen yrityksissä**

Tutkimustulokset, ja etenkin vapaamuotoiset vastaukset, osoittavat että varaaminen on monissa yrityksissä edelleen keskitetty matkanvaraajille jotka käyttävät varaamiseen niin sanottuina desktopversioina toimivia itsevarausjärjestelmiä, kuten Hotelzon Corporate Onlinea ja GDS-järjestelmään pohjautuvaa Amadeus e-Travel Management -järjestelmää. Kun varaamista ei ole siirretty matkustajille itselleen, ei synny tarvetta mobiiliratkaisuille. Myös niissä yrityksissä jotka ovat siirtäneet liikematkojen varaamisen matkustajille, hyödynnetään pääasiassa desktopjärjestelmiä. Sovellusten lataamista on saatettu rajoittaa (50 prosenttia vastanneista ilmoittaa että mobiilisovellusten lataamista on rajoitettu yrityksen mobiililaitteita koskevassa ohjeistuksessa) ja sovelluksen kytkeminen yrityksen varausjärjestelmän raportointiin saatetaan kokea hankalaksi.

Mobiilioptimoidut versiot yrityksen hyväksymistä varausjärjestelmistä eivät kenties ole tarpeeksi kehittyneiltä ominaisuuksien ja graafisen ilmeen osalta, ja tieto niiden olemassaolosta on saattanut kulkea heikosti. Liikematkustaja käyttää tyypillisesti sellaisia varaustapoja jotka ovat helppoja ja yrityksen matkustusohjeistuksen mukaisia.

Tieto erilaisista mobiiliratkaisuista liikematkustustarpeisiin on epäilemättä kulkenut yrityksissä heikosti. Ainoastaan kaksi vastaajaa ilmoittaa että liikematkustajat heidän edustamissaan yrityksissä olisivat toivoneet mobiilia varaustoiminnallisuutta liikematroilla. Kyselyyn vastanneet henkilöt ovat juuri niitä henkilöitä joille tällaiset toiveet olisi esitetty, joten kuva vaikuttaa oikealta.

Kuten edellä on esitetty, ovat niin sanotut ohivaraukset tai ”free-flow” – varaukset ongelmallisia erityisesti suurille yrityksille. Sallittujen kanavien ohi tehtävät varaukset ovat raportoinnin ulottumattomissa sekä turvallisuus- että ostovoimamielessä. Mobiiliratkaisujen tulisi olla liikematkustajille niin helppokäyttöisiä että ne houkuttelisivat soittamista tai verkossa eri vaihtoehtojen etsimistä enemmän. Pakolla ja ohjaamisella saavutetaan tietty käyttöaste yrityksen valitsemille varauskanaville, joka perustuu siihen että näitä varauskanavia käytetään ”aina kun se on mahdollista”. Mitä vaikeampi yrityksen suosittomia kanavia on käyttää, sen useammin niiden käyttäminen ”ei ole mahdollista”. Korkeimmat hyväksytyjen kanavien käyttöasteet saavutetaan matkustuspolitiikan määräysten ja matkustajien mielestä mielekkäimpien ja tehokkaimpien varaussovellusten valinnalla. Käyttäjien vaatimustaso käyttölogikalle, käytön helppoudelle ja graafiselle ilmeelle määräytyy paljolti vapaa-ajan käyttökokemusten perusteella. Henkilökohtaisiin asioihin käytettävät, ja käyttäjän hyväksi havaitsemat mobiiliratkaisut (sovellukset tai mobiilioptimoitu sisältö) asettavat riman yrityskäyttöön tarkoitettuihin sovelluksille.

Siirtyminen uuden sukupolven älypuhelimiin on monessa yrityksessä ollut hidasta. Etenkin monen suuren yritysten laitekanta koostuu vielä toistaiseksi vanhemman sukupolven Symbian – puhelimista. Suurista yrityksistä 55,56 prosenttia mainitsee Symbianin osaksi matkapuhelinkantaansa vielä seuraavien 18 kuukauden aikana. Liikematkustukseen liittyvät asiat hoidetaan todennäköisesti yrityksen tarjoamin laittein vaikka omia nykyaikaisempia laitteita olisi käytössä. Mobiililaittekannan uusiutuminen on siis niin ikään ratkaisevassa asemassa mobiilivaraamisen yleistymisessä.

Kysymys mobiilivaraamiseen siirtymisen ajankohtaisuudesta yrityksissä tarjoaa vastauksia siihen, miksi mobiilivaraaminen yrityksissä on vielä melko vähäistä. Hieman alle puolet kaikista vastaajista ilmoittaa että kysymys ei ole ajankohtainen. Pienistä, alle

2000 majoitusvuorokauden yrityksistä yli 70 prosenttia ilmoittaa että kysymys ei ole ajankohtainen ja suurista, yli 2000 majoitusvuorokauden yrityksistä noin 28 prosenttia vastaa samoin. Suuret yritykset harkitsevat asiaa ja tutkivat vaihtoehtoja, ja osassa suurista yrityksistä mobiili varaustoiminnallisuus hotellivarauksiin on jo käytössä. Vastaajat jotka kertoivat että kysymys ei ole ajankohtainen, perustelivat vastaustaan vapaamuotoisin kommentein. (Kuvio 18). Kaksi perustetta nousee selvästi esiin. Toinen on majoitusvuorokausien vähäinen määrä, jolloin yrityksessä ei ole koettu tarvetta uusille ratkaisuille. Toinen selvästi esille nouseva syy on varausten keskittyminen matkanvaraajille jotka tekevät työtään toimistolta käsin ja käyttävät desktopjärjestelmiä. Mahdollinen, ja tulevaisuudessa etenkin suurempien yritysten osalta tapahtuva, varausten siirtäminen matkustajille tulee luomaan tarpeita helppokäyttöisille mobiiliratkaisuille. Mobiiliratkaisujen tarve on todennäköinen lähitulevaisuudessa myös niissä yrityksissä, joissa varaaminen on jo siirretty matkustajille ja jossa tällä hetkellä käytetään onlinevarausjärjestelmien desktopversioita. Näköpiirissä oleva mobiililaitteiden lisääntynyt työkäyttö, älypuhelimien osuuden jatkuva kasvu, laitekannan uusiutuminen ja mobiiliratkaisujen kehittyminen tukevat tätä olettamusta.

#### **6.4 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi**

Tutkimusmenetelmänä käytetty kvantitatiivinen kyselytutkimus on vertailukelpoisten tulosten saamisen kannalta oikea valinta, huomioiden sen, että sekä ominaisuuksista että laitekannasta on kysytty erittäin yksityiskohtaisesti. Vastaajien määrä voisi olla suurempikin, mutta se on riittävä huomioiden vastaajien roolin yrityksissä ja vastaajien edustamien yritysten koon majoitusvuorokausina mitattuna. Vastaajat edustavat yrityksissä aiheeseen liittyvää päätöksentekoa ja käytännön toteutusta, ja valtaosa vastaajista (80 prosenttia) edustaa yrityksiä jotka käyttävät liikematkustuksessaan vuosittain yli 2000 majoitusvuorokautta. Tutkimus on näin ollen sekä luotettava että validi.

## Lähteet

ACTE & KDS. 2011. 'The increasing impact of new technology, global events and corporate social responsibility on business travel. Luettavissa:  
[http://www.e-tid.com/getdoc/7b104d83-998b-4913-8102-](http://www.e-tid.com/getdoc/7b104d83-998b-4913-8102-d8d207890abd/RapportEtudeACTE2011finaleng.aspx)

[d8d207890abd/RapportEtudeACTE2011finaleng.aspx](http://www.e-tid.com/getdoc/7b104d83-998b-4913-8102-d8d207890abd/RapportEtudeACTE2011finaleng.aspx) Luettu 7.3.2012.

Amadeus. 2012. Amadeus Mobile Services. Luettavissa:

<http://www.amadeus.com/corporations/x155838.html>. Luettu 31.3.2012.

Business Travel News.2012. Moving on Mobile Travel Programs. Luettavissa:

<http://www.businesstravelnews.com/Travel-Management/Moving-On-Mobile-Travel-Programs/?ida=Technology&a=mgmt> .Luettu 7.3.2012.

CWT Kaleva Travel. 2012. Uutiskirje 17.3.2012. ”Suomalaisista liikematkustajista lähes 90% haluaa saada matkatietonsa kännykkään”

Digitoday. 2006. Hotelzon vyöryttää hotellivaraukset kännykkään. Luettavissa

<http://www.digitoday.fi/mobiili/2006/02/02/hotelzon-vyoryttaa-hotellivaraukset-kannykkaan/20064273/66>. Luettu 6.2.2012.

Distribution Solutionz. 24.6.2011. Who is the biggest GDS? Luettavissa

[:http://distribution-solutionz.blogspot.com/2011/06/who-is-biggest-gds.html](http://distribution-solutionz.blogspot.com/2011/06/who-is-biggest-gds.html). Luettu 31.3.2012.

Expedia Inc. 2012. Luettavissa <http://www.expediainc.com/> . Luettu 24.11.2012.

GIGAOM 2012. Why Kayak prefers mobile. Luettavissa:

<http://gigaom.com/2012/01/30/why-kayak-prefers-mobile/>. Luettu 6.2.2012.

Google Play. 2012. Luettavissa:

<https://play.google.com/store/search?q=hotel+booking&c=apps> Luettu 31.3.2012.



Green, C. & Lomanno, V. 2012. Distribution Channel Analysis : A Guide for Hotels. The HSMAI Foundation. McLean, Virginia.

Gustafson, P. 2012. Managing business travel: Developments and dilemmas in corporate travel management. *Tourism Management* 33(2): 276-284.

Hari, Korpilahti, Nieminen, Tamminen & Toiskallio. 2004. Mobiilit käyttökontekstit – Mobix. Loppuraportti.

Hotel Marketing 2012. Orbitz launches new Hotel iPhone App. Luettavissa: [http://hotelmarketing.com/index.php/content/article/orbitz\\_launches\\_new\\_hotel\\_iphone\\_app](http://hotelmarketing.com/index.php/content/article/orbitz_launches_new_hotel_iphone_app) Luettu 6.2.2012.

Hotel Marketing 2012/2. Expedia Updates Apps with Mobile Only Hotel Deals. Luettavissa: [http://www.hotelmarketing.com/index.php/content/article/expedia\\_updates\\_apps\\_with\\_mobile\\_only\\_hotel\\_deals\\_launch\\_screen](http://www.hotelmarketing.com/index.php/content/article/expedia_updates_apps_with_mobile_only_hotel_deals_launch_screen) Luettu 19.11.2012.

Hotel Mule 2012. Hospitality Distribution Terms and Initials. Luettavissa: <http://hotelmule.com/wiki/Hospitality-distribution-terms-and-initials> . Luettu 24.11.2012.

Hotelzon. 2012. Hotelzon Mobile Client. Luettavissa: <http://hotelzon.com/fi/fi/mobile>

Hotelzon. 20.1.2011. Hotelzon strategiseen yhteistyöhön Travelportin kanssa. Luettavissa: <http://hotelzon.com/fi/fi/uutiset/lehdistotiedote-hotelzon-strategiseen-yhteistyohon-travelportin-kanssa-maailman-suurin-ho>. Luettu 31.3.2012.

Hotelzon 23.5.2012. Hotelzonin hotellivaraustyökalu myös Ruotsin Carlson Wagonlit Travel -matkatoimiston käyttöön. Tiedote 23.5.2012. Luettavissa: <http://hotelzon.com/fi/fi/uutiset/tiedote-hotelzonin-hotellivaraustyokalu-myos-ruotsin-carlson-wagonlit-travel-matkatoimist> Luettu 23.5.2012.

HRS.2012. HRS Mobile - täysi vapaus varauksissa. Luettavissa:  
<http://www.hrs.com/web3/showCmsPage.do;jsessionid=BF377CBAAD38957C74A08EBA78D10E8E.52-2?clientId=ZmlfX05FWFQ-&cid=52-2&levelFirstItem=0&pageId=standard-02877>. Luettu 16.3.2012.

Kniivilä, A. 4.10.2012. Mobiilin lyhyt oppimäärä. FBTA:n ajankohtaisseminaari.

Mobile Marketer 2012. Could native apps disappear as HTML5 apps gain? Luettavissa:  
<http://www.mobilemarketer.com/cms/news/content/13184.html>. Luettu 2.11.2012.

Rheem, C. 2012. Empowering inspiration: the future of travel search. PhoCus Wright. Sherman.

Travel Daily News. 29.6.2011. hotel.info launches iPhone App: The quick and easy way to book hotels on the move. Luettavissa:  
[http://www.traveldailynews.com/pages/show\\_page/44081-hotelinfo-launches-iPhone-App:-The-quick-and-easy-way-to-book-hotels-on-the-move](http://www.traveldailynews.com/pages/show_page/44081-hotelinfo-launches-iPhone-App:-The-quick-and-easy-way-to-book-hotels-on-the-move). Luettu 31.3.2012.

Talouselämä 2012. Joka neljäs ei tiedä mikä älypuhelinta pyörittää. 30.5.2012. Luettavissa:  
<http://www.talouselama.fi/uutiset/joka+neljas+ei+tieda+mika+alypuhelinta+pyorittaa/a/2102044>. Luettu 7.10.2012.

Thorsen, J. Understanding the Mobile Travel Revolution. 2012. Luentomateriaali.

Travellink 2012. Luettavissa <http://www.travellink.fi/travellinkista> . Luettu 24.11.2012.

Travelport, 2012. Luettavissa: <http://www.travelport.com/Corporate-Site/About-Travelport/Overview>. Luettu: 31.3.2012.

TNS Gallup. Mobile Life Survey. Luettavissa: <http://www.tnsglobal.com/mobile-life/#map/global/feature/lbs/both>. Luettu 7.10.2012.

Our Mobile Planet 2012. Mobiilikuluttajan ymmärtäminen. Toukokuu 2012. Luettavissa [http://services.google.com/fh/files/blogs/our\\_mobile\\_planet\\_finland\\_fi.pdf](http://services.google.com/fh/files/blogs/our_mobile_planet_finland_fi.pdf). Luet-  
tu 24.9.2012.

Valorinta, V. 2008. Hotellivarausten arvoketju. Booking Partner. Helsinki.

Wall Street Journal Market Watch. PhoCusWright Reports U.S. Mobile Travel Book-  
ings to Top \$8 Billion by 2013. Luettavissa:  
[http://www.marketwatch.com/story/phocuswright-reports-us-mobile-travel-  
bookings-to-top-8-billion-by-2013-2012-02-27](http://www.marketwatch.com/story/phocuswright-reports-us-mobile-travel-bookings-to-top-8-billion-by-2013-2012-02-27). Luettu: 7.4.2012.

Webb, J. Whither Native Apps. Publishers Weekly 10.8.2012.

## 7 Liite 1. Kyselylomake

### Mobiilisovellukset hotellivaroauksissa

#### Perustiedot

##### 1. Vastaajan rooli yrityksessä \*

- ☐ Matkahallinnon päättäjä (Travel Manager)
- ☐ Yrityksen mobiililaitteista ja mobiilipalveluista päättävä henkilö
- ☒ Matkustukseen ja sen hallintaan liittyvästä ostotoimesta ja sopimuksista vastaava henkilö
- ☐ Muu rooli, mikä?

##### 2. Yrityksen matkavuorokaudet vuositasona

- ☐ Alle 500
- ☐ 500 - 2000
- ☐ 2000 - 5000
- ☐ 5000 - 10 000
- ☐ yli 10 000

#### Laitekanta ja ohjeistus

##### 3. Onko yrityksessänne matkapuhelinsovelluksia koskevaa ohjeistusta?

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei
- ☐ En osaa sanoa

##### 4. Onko mobiilisovellusten lataamista ja käyttöä rajoitettu?

- ☐ Kyllä (halutessasi voit kuvata miten)
- ☐ Ei
- ☐ En osaa sanoa

5. Yrityksessänne käytössä oleva matkapuhelinkanta tällä hetkellä (voit valita useamman vaihtoehdon, suluissa esimerkkejä puhelinmalleista kullekin käyttöjärjestelmälle):

- ☐ iPhone OS (iPhone 3GS, 4, 4S)
- ☐ Android-puhelimet (Samsung Galaxy-sarja, HTC, SonyEricsson Xperia-sarja, Huawei)
- ☐ Symbian-puhelimet (Nokia E-sarja, N-sarja, C-sarja)
- ☐ Blackberry
- ☐ Windows-puhelimet (Nokia Lumia 710/800/900, HTC Radar, HTC Titan, Samsung Omnia, LG Optimus 7)
- ☐ Muut

**6. Tullaanko yrityksessänne siirtymään yhden käyttöjärjestelmän tai valmistajan laitekantaan lähitulevaisuudessa?**

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei
- ☐ En osaa sanoa

**7. Arvio yrityksessänne käytössä olevasta matkapuhelinkannasta lähitulevaisuudessa (0-18 kk) käyttöjärjestelmän mukaan (voit valita useamman vaihtoehdon):**

- ☐ iPhone OS -puhelimet
- ☐ Android-puhelimet
- ☐ Symbian-puhelimet
- ☐ Blackberry
- ☐ Windows-puhelimet
- ☐ Muut
- ☐ En osaa sanoa

## Mobiilisovellukset liikematkustuksessa

**8. Onko yrityksessänne käytössä yrityksen suosittelemia ja hyväksymiä, LIIKEMATKOJEN VARAAMISEEN tarkoitettuja mobiilisovelluksia?**

- ☐ Kyllä, mitä?
- ☐ Ei

**9. Mobiilisovellus HOTELLIVARAUKSIIN**

- ☒ Yrityksessämme on käytössä hotellivarauksiin tarkoitettu mobiilisovellus
- ☐ Harkitsemme hotellivarauksiin tarkoitetun mobiilisovelluksen käyttöönottoa lähitulevaisuudessa
- ☐ Olemme päättäneet hotellivarauksiin tarkoitetun mobiilisovelluksen käyttöönotosta lähitulevaisuudessa
- ☐ Kysymys ei ole ajankohtainen
- ☐ Olemme selvittäneet asiaa, mutta emme ota käyttöön mobiilisovellusta hotellivarauksiin
- ☐

**10. Hotellivaraussovelluksen käyttöönoton tai käyttöönoton selvittämisen tärkeimmät syyt ja tavoitteet (voit valita useamman vaihtoehdon)**

- ☐ Arvioimme saavamme nykyistä suuremman osuuden yrityksen hotellivarauksista yrityksen kontrolloimaan varauskanavaan
- ☐ Haluamme tarjota liikematkustajillemme uusia varaustapoja
- ☐ Liikematkustajat ovat toivoneet mobiilia varaustoiminnallisuutta
- ☐ Älypuhelin ja muiden mobiililaitteiden yleistymisen ja lisääntynyt työkäyttö
- ☐ Varausten tekemisen siirtäminen matkustajille
- ☐ Muu syy, mikä?

**11. Mikäli hotellivaraussovelluksen käyttö ei ole ajankohtaista tai yrityksessänne on päätetty olla ottamatta mobiilisovellusta käyttöön, mitkä tekijät ovat vaikuttaneet asiaan?**

**12. Arvioi hotellivaraussovellukselta toivottavia ominaisuuksia**

	Ei lainkaan tärkeä	Ei ratkaiseva ominaisuus	Tärkeä	Erittäin tärkeä
Sovellus ei vaadi erillistä kirjautumista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sovellus tuo tarjolle yrityksen sopimushinnat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yrityksen sopimushinnat on selkeästi merkitty	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yrityksen määrittelemä hotellijärjestys hakutuloksissa (Hotel Policy)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yrityksen määrittelemä hintajärjestys ja hintavalikoima hakutuloksissa (Rate Policy)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sovellukselle tyypillinen yksinkertaisuus (vs. mobiilioptimoitu verkkosivu)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Karttahaku (mobiililaitteen sijaintiin perustuva hotellihaku lähiympäristöstä)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yrityksen toimipisteet näkyvissä kartalla	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yksityiskohtaiset hakukriteerit (kuten hintaan-, postinumeroon-, tähtiluokitukseen- tai hotellin nimeen perustuva haku)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mahdollisuus peruuttaa varaus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mahdollisuus muuttaa olemassaolevaa varausta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Varaushistoria saatavilla	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Luottokorttimaksujen lisäksi käytettävissä muut mak-	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

su- ja takaustavat (matkatili, virtuaalinen luottokortti)

Varaukset tilastoituvat yrityksen varausraportteihin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sovelluksen yrityskohtainen räätälöintimahdollisuus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yrityskohtaiset lisäkentät, kuten omat viitteet varaukseen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mahdollisuus suojata sovellus PIN-koodilla	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mahdollisuus integroida varaussovelluksen toiminnot muihin sovelluksiin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kaikki hotellivarauksiin käytettävän online-järjestelmän profiilitiedot ja käyttäjäkohtaiset asetukset käytettävissä myös mobiilisovelluksessa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Muu ominaisuus, mikä? <input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 13. Kommentteja mobiilivaraamisesta yleisesti